

**MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI RUANG KOMUNIKASI POLITIK DALAM
PILKADA DI KABUPATEN GOWA TAHUN 2015**



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ilmu Politik Jurusan Ilmu Politik pada
Fakultas Ushuluddin, Filsafat dan Politik
UIN Alauddin Makassar

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Oleh:

Nurfahirah

NIM: 30600112054

**FAKULTAS USHULUDDIN, FILSAFAT DAN POLITIK
UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

2016

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfahirah
NIM : 30600112054
Tempat/Tgl. Lahir : Sinjai, 02 Desember 1994
Jurusan : Ilmu Politik
Fakultas : Ushuluddin, Filsafat Dan Politik
Alamat : Perumahan Bakung Regency, Samata, Gowa
Judul Skripsi : Media Sosial Facebook sebagai Ruang Komunikasi Politik dalam Pilkada di Kabupaten Gowa tahun 2015.

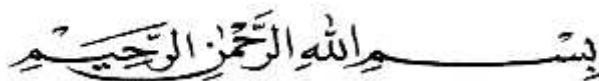
Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum

Makassar, 20 Mei 2016

Penyusun,

Nurfahirah
30600112054

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT dengan rahmat dan hidayah-Nya serta shalawat serta salam teruntuk Nabi sepanjang zaman, Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman kecerdasan sehingga kita bisa membedakan antara yang haq dan yang bathil. Berkat Ridha-Nya dan doa yang disertai dengan usaha yang maksimal, setelah melalui proses yang panjang dan melelahkan akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat.

Keberadaan skripsi ini bukan sekedar persyaratan formal bagi mahasiswa untuk mendapat gelar sarjana tetapi lebih dari itu merupakan wadah pengembangan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dan merupakan kegiatan penelitian sebagai unsur Tri Darma Perguruan Tinggi. Sejalan dengan ini, penulis memilih judul “Media Sosial Facebook sebagai Ruang Komunikasi Politik dalam Pilkada Kabupaten Gowa tahun 2015”. Semoga dengan kehadiran skripsi ini dapat memberikan informasi dan dijadikan referensi terhadap pihak-pihak yang menaruh minat pada masalah ini.

Teristimewa dan yang utama sekali penulis sampaikan terima kasih yang paling tulus kepada Ayahanda **Muh. Shabir S.pd** dan Ibunda **Syamsiah Lassubu S.pd** serta saudara-saudaraku **Syamsuriadi syam S.pd**, **Nurfaizah S.Kep** ,

Risqah S.pd, Rifqah S.pd, Nurhasanah, Nurhiliyahtul Aulia, yang merupakan sumber inspirasi dan motivasi melalui perhatian dan kasih sayang, nasehat, dukungan moril serta materil terutama doa restu demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka korbakan selama ini menjadi mahkota keselamatan di dunia dan di akhirat.

Selama mengisi hari-hari kuliah dan penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan, motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, terasa sangat bijaksana bila penulis menghaturkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang telah memberikan sumbangsih baik berupa bimbingan, dorongan, dan bantuan yang diberikan kepada penulis untuk itu patut kiranya diucapkan terima kasih yang tulus dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Musafir Pababbari, M.Si selaku Rektor UIN Alauddin Makassar, serta para Wakil Rektor beserta seluruh staf dan karyawannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Muh. Natsir Siola, MA selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Filsafat Dan Politik serta para Wakil Dekan beserta seluruh staf fakultas.
3. Bapak Dr. Syarifuddin Jurdi, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Politik dan Syahrir Karim, M.Si. Ph.D selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Politik.
4. Bapak Dr. Tasmin, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Syahrir Karim, M.Si, Ph.D. selaku Pembimbing II yang telah sabar dan banyak memberikan bimbingan, nasehat, saran, dan mengarahkan penulis dalam perampungan penulisan skripsi ini.

5. Para Bapak/Ibu dosen serta seluruh karyawan Fakultas Ushuluddin, Filsafat Dan Politik UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan pelayanan yang berguna dalam penyelesaian studi pada Fakultas Ushuluddin, Filsafat Dan Politik.
6. Bapak Asriadi Arasi S.T selaku ketua komisi IV DPRD Gowa partai demokrat, Bapak Muhammad Nur Ashar S.H. M.H selaku tim pemenang, dan Ibu Lisdawati, S.Pd selaku tim pemenang yang telah membantu penulis selama proses penelitian.
7. Teman-teman Ilmu Politik Angkatan 2012 Fakultas Ushuluddin, Filsafat dan Politik dan teman-teman KKNP Angkatan 6 Kabupaten Bantaeng, serta warga perumahan bakung regency, Armansyah Askari, Ahmad Firdaus syahrir, Andi Adam Aswar, Ashar S.pd, dan sahabat seperjuangan, Nurul Fadliyah, Fatimah K, St. Nurhaedah, Sri Sumarni Sjahril, Rahmat Ilmi Tella, Rini Ketrin, dan Siti Hajar yang selalu memberikan semangat kala jenuh dan lelah, serta memberikan motivasi untuk terus berjuang dalam situasi apapun.

Sesungguhnya setiap daya dan upaya yang dibarengi dengan kesabaran dan doa senantiasa akan memperoleh manfaat yang maksimal. Namun demikian, penulis menyadari keterbatasan dan kemampuan dalam penulisan sehingga dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik yang sifatnya membangun dari pembaca sekalian demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Wabillahi taufik walhidayah

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 20 Mei 2016

Penulis

Nurfahirah
30600112054



DAFTAR ISI

JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
ABSTRAK	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
D. Tinjauan Pustaka	12
E. Kerangka Teori	16
F. Metode Penelitian	27
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	30
A. Gambaran Umum Kabupaten Gowa	30
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Bentuk pemanfaatan media sosial dalam pemilihan bupati di Kabupaten Gowa Tahun 2015	43
B. Efektifitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam Meningkatkan elektabilitas calon pada pilkada Gowa tahun 2015.....	53
BAB IV PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Luas Daerah dan Pembagian Daerah Administrasi Di Kabupaten Gowa

Tahun 2015..... 31

Tabel 2: Nama-Nama Raja Kerajaan Gowa dari Tahun 1320 – sekarang..... 35

Tabel 3: Bupati Gowa Dari Tahun 1957 sampai sekarang..... 42

Tabel 4: Jumlah grup facebook dalam pilkada Gowa tahun 2015..... 51



ABSTRAK

Nama : Nurfahirah

NIM : 30600112054

Judul : Media Sosial Facebook Sebagai Ruang Komunikasi Politik Dalam Pilkada Kabupaten Gowa Tahun 2015

Skripsi ini mengkaji Media Sosial Facebook sebagai Ruang Komunikasi Politik dalam Pilkada Gowa tahun 2015. Latar belakang masalah penelitian karena media merupakan masalah yang menjadi sorotan publik dan perlu mendapatkan perhatian untuk menanggulangnya. Penelitian ini berusaha menjawab bentuk pemanfaatan media sosial dalam pemilihan bupati di Kabupaten Gowa Tahun 2015 serta efektifitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam konstalasi politik pilkada Gowa tahun 2015. Jenis penelitian menggunakan tipe penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan melalui kajian literatur pustaka. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisa secara kualitatif yang selanjutnya disajikan secara deskriptif. Adapun kerangka konseptual dan teoritis yang penulis gunakan yaitu teori komunikasi politik dan konsep media social. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti facebook sangat berpengaruh pada komunikasi politik serta pemanfaatan media sosial berperan besar dalam Pemilihan Bupati Gowa. Masing-masing tim sukses calon presiden beradu strategi kampanye melalui internet, terutama media sosial. Namun pemanfaatan media sosial untuk kampanye politik ternyata belum stabil, nampaknya belum bisa mengoptimalkan manfaat internet dan media sosial. Padahal media sosial ini selain sebagai sarana bersosialisasi atau pemasaran secara *online*, bisa dimanfaatkan pula sebagai alat kampanye politik yang terbilang praktis. Media sosial facebook sangat efektif dalam mengarahkan pemilih dalam memilih kandidat tertentu. Masing-masing kandidat memanfaatkan rekayasa media sosial dengan membuat grup-grup facebook. Dalam Pemilihan Bupati Gowa, setidaknya terdapat 6 grup facebook yang digunakan masing-masing tim sebagai alat kampanye politik dengan jumlah anggota sebanyak 71.858. Media sosial facebook menjadi sarana bersosialisasi untuk mendulang suara dalam kontestasi politik serta menentukan opini yang menjadi perbincangan masyarakat.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat hanya dilibatkan dalam partisipasi politik sebatas keterlibatan mereka di dalam pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah saja .tentunya partisipasi ini hanya termasuk ke dalam definisi partisipasi yang minimal. Selepas pemilu biasanya masyarakat tidak lagi diharapkan ikut serta dalam partisipasi politik karena peran mereka sudah diwakilkan oleh wakil rakyat yang mereka pilih dalam pemilu.

Persoalan muncul ketika wakil rakyat yang mereka pilih melalui mekanisme pemilu tadi ternyata tidak amanah artinya wakil rakyat berjalan tidak konsisten dengan apa yang mereka janjikan pada saat kampanye sehingga perilaku politik elit tidak sinkron dengan aspirasi konstituennya. Ada kesenjangan antara masyarakat dengan elit politik sehingga komunikasi politik yang ada menjadi sangat minim.¹

Gejala yang lain dapat terlihat dari mulai banyaknya angka golongan putih (golput) di dalam pemilu. Sejumlah pihak memaknai naiknya jumlah masyarakat yang memutuskan untuk tidak berpartisipasi dalam pemilihan umum sebagai salah

¹ Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 46.

satu bentuk ketidakpercayaan mereka terhadap wakil rakyat atau elit politik tidak cukup representative dalam membela atau mewakili suara politik masyarakat. Ketika masyarakat tidak lagi terlalu antusias untuk berpartisipasi dalam saluran politik semacam pemilihan umum, maka mereka menjadi kehilangan saluran dalam komunikasi politik. Masyarakat menjadi kebingungan di dalam memikirkan bagaimana caranya agar suara dan aspirasi mereka di dengar atau setidaknya dapat tersalurkan ke ranah public. Masyarakat butuh medium yang mana kepentingan politik mereka mendapatkan tempat untuk menjadi diskursus. Untuk itu masyarakat berupaya mencari saluran komunikasi politiknya.

Wikipedia secara definitive menjelaskan media social adalah media jejaring menggunakan internet sebagai basis, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi ,berbagai informasi,menyampaikan pesan , member komentar terhadap masukan dari pesan yang ditulisnya, dan seterusnya. Dan semua hal tersebut dilakukan tanpa hambatan jarak dengan waktu yang sangat cepat. Rhenald kasali dalam bukunya berjudul Cracking Zone (2011) mengungkapkan para pelaku jejaring social saling membentuk opini , mengekspresikan diri, mencari kawan ,saling memberikan informasi kejadian – kejadian sehari – hari, merekomendasikan produk atau jasa yang mereka gunakan dan lain sebagainya salah satu jejaring sosial yang sangat populer saat ini adalah facebook – facebook yang dibuat pertama kali oleh Mark Zukerberg, adalah media social yang memiliki keunggulan factor psikologis yang membuat pengguna merasa eksistensinya terakui, sebagai media tradisi

berkumpul atau berkomunitas , kemampuan pemuatan foto yang dapat ditandai (tag) ,mengungkapkan isi pikiran (status) dan lain sebagainya.²

Dilihat dari penggunaanya Indonesia menempati posisi tertinggi dari berbagai jejaring sosial media yang ada saat ini, pengguna facebook di Indonesia menempati posisi 3 di seluruh dunia. Karena kekuatannya tersebut maka facebook menjadi alat yang efektif bagi pemasar maupun produsen dalam mengenali konsumennya, bahkan dijadikan alat untuk menawarkan produk – produk terbaru mereka. Dengan menggunakan jejaring social facebook , produsen atau pemasar dapat memantau aktifitas calon konsumen mereka yang tergabung dalam kantung – kantung komunitas online . komunitas – komunitas on line tersebut berkumpul beraktifitas melalui fitur – fitur grup yang telah disediakan oleh facebook, atau yang terhubung (link) dengan facebook. Dengan memantau aktifitas grup atau komunitas tersebut maka pemasar atau produsen dapat menangkap aspirasi dari calon konsumen yang berhubungan dengan keunggulan.

Media sosial merupakan salah satu media online dimana para penggunaanya dapat ikut serta dalam mencari informasi,berkomunikasi dan menjaring pertemanan, segala fasilitas dan aplikasi yang dimilikinya seperti blog, facebook dan twitter. Kehadiran media sosial telah membawa pengaruh tersendiri terhadap kegiatan yang dilakukan oleh manusia saat ini. Dalam media pemasaran sebagai situs jejaring, sosial media memiliki peran penting dalam pemasaran.

² Jurnal.usm Diakses tgl 24 november 2015

Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi .Karena komunikasi menurut morrisan merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau *image* yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. Pada *E-commence* menurut Zarella, sosial media adalah paradigma media baru tradisional seperti TV, radio dan Koran memfasilitasi komunikasi atau arah sementara media sosial komunikasinya dua arah dengan mengijinkan setiap orang dapat mempublikasikan dan berkontribusi lewat percakapan online. Dalam mediasi komunitas jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bias membuat *web page* pribadi ,kemudian terhubung dengan teman – teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. dalam periklanan dengan memantau aktifitas grup atau komunitas tersebut maka pemasar atau produsen dapat menangkap aspirasi dari calon konsumen yang berhubungan dengan keunggulan.³

Pemberitaan di media massa pada dasarnya adalah cerminan realitas. Gambaran dari realitas suatu masyarakat dapat terlihat dari pemberitaan di media. Ketika media massa banyak memberitakan tentang konflik dn kekerasan maka hal ini merupakan refleksi bahwa memang pada masyarakat tersebut banyak terjadi konflik dan kekerasan.

Media hadir sebagai bagian dari kehidupan manusia. Kehadiran dan perkembangan internet membawa pada cara baru bagaimana manusia berkomunikasi

³Cangara,Hafied.*KomunikasiPolitik, Konsep, TeoriDan Strategi*.Rajawali 2009.

dalam kehidupan sosial. Media social hadir dan merubah paradigma komunikasi masyarakat saat ini .komunikasi dalam media sosial tidak lagi dibatasi oleh jarak ,waktu dan ruang. Komunikasi bisa terjadi dimanapun ,kapanpun tanpa harus bertatap muka, bahkan media sosial bisa menghilangkan status sosial yang sering menjadi batasan dalam berkomunikasi.

Dalam konteks Indonesia ,masih dapat ditemukan banyak pemberitaan tentang konflik di dalam masyarakat baik yang bersifat konflik horizontal maupun konflik yang bersifat politis. Hal semacam ini dapat dimaknai sebagai akibat dari system politik yang ada yang dianggap sebagai mengalami persoalan .padahal ,disisi lain system politik di Indonesia sudah tidak lagi bersifat otoriter sebagaimana era Soeharto. memasuki fase reformasi pasca runtuhnya rezim orde baru juga menandai bahwa system politik maupun system pers di Indonesia memasuki era yang lebih terbuka. Tapi di lain pihak era keterbukaaan seperti ini tidak menjadikan sistem politik dan sistem pers yang lebih demokratis pula. Media massa yang mengangkat pemberitaan tentang konflik dan kekerasan yang pada masa orde baru tidak banyak nampak di permukaan justru menjadi hal yang sangat lumrah terjadi pada era reformasi saat ini .

Maraknya konflik juga dipahami sebagai salah satu akibat dari semakin berjaraknya antara elit politik dengan masyarakat. Sistem politik yang ada tidak menjadikan saluran – saluran – saluran komunikasi politik berjalan secara sehat .masyarakat kehilangan saluran untuk berkomunikasi dan menyampaikan suara dan

aspirasi politiknya dalam usaha untuk menciptakan tatanan politik dan masyarakat yang demokratis .konflik dan kekerasan untuk itu menjadi semacam saluran komunikasi masyarakat.

Media massa juga dikritik karena seharusnya mereka melakukan fungsi agenda setting dalam hal ini, maksudnya, media seharusnya menjalankan peran sebagai pihak yang mendorong masyarakat untuk berpikir cerdas dan mampu menganalisa untuk kemudian mengkritisi maraknya fenomena konflik dan kekerasan di dalam masyarakat itu sendiri. Berita konflik untuk itu tidak dijadikan komoditi media sebagai sensasi semata.

Teknologi sangat berpengaruh terhadap perkembangan media massa hingga saat ini, munculnya internet yang memicu kemunculan situs-situs, serta media komunikasi sosial, yang dapat menyampaikan informasi dan juga mendapatkan informasi secara lebih mudah. Perkembangan komunikasi khususnya di Indonesia terasa seakan menjadi lebih mudah seiring perkembangan teknologi ini. Dalam konsep public sphere dari jurgen habermas, media massa juga dimaksudkan berlaku sebagai ruang public. Media menjadi sebuah ruang diskusi dimana segala macam suara dan aspirasi masyarakat dapat tersalurkan. Untuk itu, masyarakat dapat menjadi media massa sebagai saluran komunikasi politik alternative, juga dapat mempengaruhi perilaku memilih, masyarakat. Secara luas, media lebih cenderung menguatkan tujuan – tujuan yang ada dalam pengumutan suara daripada merubahnya. Peran utama media dalam suatu pemilihan umum ialah memfokuskan perhatian

masyarakat pada kampanye yang sedang berlangsung serta berbagai informasi seputar kandidat dan isu politik lainnya. Walaupun mungkin tidak memberdampak langsung untuk merubah perolehan jumlah suara, namun media tetap mampu mempengaruhi banyaknya suara yang terjaring dalam suatu pemilu. Secara implicit, masyarakat membuat suatu penilaian terhadap pihak maupun acara yang ditempuh untuk memenangkan pemilihan, atau isu – isu panas yang diperdebatkan. Penilaian personal yang dipengaruhi kuat oleh media ini diam – diam bisa berdampak pada pengurangan jumlah suara bagi pihak yang kalah.

Politik sangat erat hubungannya dengan media, karena salah satu tujuan media yakni untuk membentuk pendapat umum mengenai berbagai hal, terutama hal politik. Ketika pendapat umum tersebut dapat ter ‘set’ seperti yang diinginkan media, pada saat itulah yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu media. Antara dunia politik praktis dengan media terjalin hubungan yang saling membutuhkan dan bahkan saling mempengaruhi.

Media massa dengan fungsi persuasive yang mampu membentuk pendapat umum dan mampu mempengaruhi opini masyarakat terhadap isu-isu politik yang sedang berkembang. Merrill dan Lowenstein mengungkapkan bahwa media massa (surat kabar) tunduk pada system pers, dan system pers itu sendiri tunduk pada sistem politik yang ada. artinya, dalam memberikan informasi kepada masyarakat atau dalam penyampaian pesan, surat kabar harus berada dalam lingkaran regulasi. cara – cara media menampilkan peristiwa – peristiwa politik dapat mempengaruhi persepsi

masyarakat dan actor politik mengenai perkembangan politik. Keikutseraan media dalam mengubah system politik dengan melalui yang ditetapkan.

Adapun ayat yang terkait tentang media social sebagai komunikasi politik yaitu :

QS. AL – Nahl/16:90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (90)

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebijakan, memberi kepada kamu kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”⁴

QS. Al – Mumtahanah/ :8

لَا يَنْهَكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقْتَلُوا فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوا مِنْ دِينِكُمْ أَنْ
تَبْرُوهُمْ وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ ۝٨

Terjemahnya :

⁴ Al-Qur'an, Surah An-Nahl ayat 90

“Allah tidak melarang kamu untuk berbuat baik dan berlaku adil terhadap orang-orang yang tiada memerangimu karena agama dan tidak (pula) mengusir kamu dari negerimu. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berlaku adil”⁵.

Di dalam hadis juga dijelaskan bagaimana Kejujuran adalah modal yang paling mendasar dalam sebuah kepemimpinan

حَدَّثَنَا شَيْبَانُ بْنُ فَرُّوخَ، حَدَّثَنَا أَبُو الْأَشْهَبِ، عَنِ الْحَسَنِ، قَالَ: عَادَ عُبَيْدُ اللَّهِ بْنُ زِيَادٍ مَعْقِلَ بْنَ يَسَارٍ الْمُزَنِّيِّ فِي مَرَضِهِ الَّذِي مَاتَ فِيهِ، قَالَ مَعْقِلٌ: إِنِّي مُحَدِّثُكَ حَدِيثًا سَمِعْتُهُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، لَوْ عَلِمْتُ أَنَّ لِي حَيَاةً مَا حَدَّثْتُكَ، إِنِّي سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: «مَا مِنْ عَبْدٍ يَسْتَرْعِيهِ اللَّهُ رَعِيَّةً، يَمُوتُ يَوْمَ يَمُوتُ وَهُوَ غَاشٌّ لِرَعِيَّتِهِ، إِلَّا حَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِ الْجَنَّةَ»⁶

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Syaiban bin Farruh telah menceritakan kepada kami Abu Al Ayshab dari Hasan dia berkata, "Ubaidullah bin Ziyad menjenguk Ma'qil bin Yasar Al Muzanni ketika dia sedang sakit yang mengantarkan kepada kematiannya, maka Ma'qil lalu berkata, "Sungguh saya akan menceritakan kepadamu suatu hadits yang pernah saya dengar langsung dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, sekiranya saya masih hidup lama niscaya tidak akan saya ceritakan hal ini kepadamu. Sesungguhnya saya pernah mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tidaklah seorang pemimpin yang Allah serahi untuk memimpin rakyatnya, ketika meninggal dalam keadaan menipu rakyatnya, melainkan Allah akan mengharamkan surga untuknya. (HR. Muslim).

Dalam hadis di atas menjelaskan bahwa kejujuran adalah modal yang paling mendasar dalam sebuah kepemimpinan. Tanpa kejujuran, kepemimpinan ibarat bangunan tanpa fondasi, dari luar nampak megah namun di dalamnya rapuh dan tak bisa bertahan lama. Begitu pula dengan kepemimpinan, bila tidak didasarkan atas

⁵Al-Qur'an, surah Al-Mumtahanah ayat 8

⁶Muslim ibn al-H{ajja>j al-H{asan al-Qusyayriy al-Naisaburiy, *S{ahih} Muslim*, Juz I, (Beirut: Dar Ih}ya> al-Turas\ al-‘Arabi> t.th), h. 125.

kejujuran orang-orang yang terlibat di dalamnya, maka jangan harap kepemimpinan itu akan berjalan dengan baik. Namun kejujuran di sini tidak bisa hanya mengandalakan pada satu orang saja, kepada pemimpin saja misalkan. Akan tetapi semua komponen yang terlibat di dalamnya, baik itu pemimpinnya, pembantunya, staf-stafnya, hingga struktur yang paling bawah dalam kepemimpinan ini, semisal tukang sapunya, harus menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran. Hal itu karena tidak sedikit dalam sebuah kepemimpinan, atau sebuah organisasi, terdapat pihak yang jujur namun juga terdapat pihak yang tidak jujur. Bila pemimpinnya jujur namun staf-stafnya tidak jujur, maka kepemimpinan itu juga akan rapuh. begitu pula sebaliknya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana bentuk pemanfaatan media sosial dalam pemilihan bupati di Kabupaten Gowa Tahun 2015 ?
2. Bagaimana efektifitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam meningkatkan elektabilitas calon pada pilkada Gowa tahun 2015 ?

C. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan peneitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan dan memperoleh informasi yang akurat sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bentuk pemanfaatan media sosial facebook dalam pemilihan bupati Kabupaten Gowa tahun 2015.
- b. Untuk mengetahui bagaimana efektifitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam meningkatkan eleektabilitas calon pada pilkada Gowa tahun 2015.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah antara lain :

- a. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca untuk menambah wawasan dan informasi mengenai peranan media sosial di Kabupaten Gowa.

b. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menjelaskan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian mengenai peranan media sosial sebagai ruang public politik.

D. Kajian pustaka

Sepanjang penelusuran penulis mengenai judul ini, adapun judul yang hampir serupa yang ditulis oleh:

1. Zhelfiah dengan judul “Dampak Propaganda Media Massa Amerika Serikat terhadap opini public di Indonesia” mengenai propaganda media massa Amerika Serikat adalah suatu upaya untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasi representasinya yang bersifat konsisten dan terus menerus yang dilakukan oleh media massa di Amerika Serikat untuk menciptakan atau membentuk peristiwa – peristiwa guna mempengaruhi hubungan public terhadap suatu usaha atau kelompok. Adapun dampak propaganda media massa yang dilancarkan mempengaruhi public di Indonesia dibagi menjadi dua bentuk yaitu politik dan seni budaya : adapun dampak yang bersifat politik yang meliputi pencitraan buruk mereka kuasai dengan tujuan membentuk opini publik bahwa islam identic dengan kekerasan dan terorisme dan gerakan islam yang bersikap tegas dan memperlihatkan perlawanannya terhadap barat adalah gerakan teroris dampak yang

ditimbulkan dari bentuk ini berupa pembubaran organisasi atau pergerakan islam serta penangkapan para aktifis islam. Interfensi kebijakan, menekan pemerintah Indonesia untuk bersikap tegas kepada gerakan – gerakan islam dalam negeri. Sedangkan dampak di bidang budaya meliputi infiltrasi pemikiran melalui televise, radio, dan film – film, iklan – iklan yang menjual gaya hidup, gaya aktris terkenal yang intinya mengajarkan pola hidup konsumtif dan materialism guna menyimpan pola piker dan bahkan mengoyahkan akidah islam.⁷

2. Seperti halnya hasil penelitian yang ditulis oleh Misliyah salah satu mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Komunikasi politik melalui media massa pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi dalam pilkada wali kota bekasi periode 2008-2013” mengenai bagaimana sosialisasi politik dan komunikasi politik pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi.⁸
3. Adapun skripsi lain yang penulis temukan, Skripsi yang ditulis oleh Nur salam A.S dengan judul “Peranan Media Massa Sebagai Sarana Komunikasi Politik di Daerah Tingkat II Gowa” mengenai tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan media massa sebagai sarana komunikasi politik yang dapat meningkatkan pengetahuan politik masyarakat dan membentuk

⁷Zelfiah, “*Dampak Propaganda Media Massa Amerika Serikat Terhadap Opini Publik di Indonesia*”, Skripsi, 2002

⁸<http://repository.uinjkt.ac.id/> skripsi Misliyah diakses tgl 6 februari 2016 pukul 22.00

pandangan atau sikap politik masyarakat di bidang politik. Metode penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif dengan dasar survey serta penentuan sampelnya secara purposive sampling. Adapun teknik pengumpulan data dengan cara penelitian pustaka dan penelitian lapangan melalui wawancara dan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner), sedangkan teknik analisa datanya secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagai sarana komunikasi politik media massa dapat menyampaikan dan menampilkan informasi sehingga dapat meningkatkan pengetahuan politik masyarakat, membentuk pandangan dan sikap politik, khususnya masyarakat di Kabupaten Gowa. Dalam penelitian ini penulis lebih spesifik pada media massa “Televisi” karena mempunyai kelebihan dibandingkan dengan media lainnya, disamping faktor – faktor yang telah disebutkan di atas. Berbeda dengan penelitian ini, penulis lebih mengarah kepada media social facebook.⁹

4. James R Situmorang mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan dengan judul “pemanfaatan internet sebagai media dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya” mengenai bagaimana cara pemanfaatan internet dalam bidang politik, bisnis pendidikan dan sosial budaya.¹⁰
5. Adapun jurnal Wisnu Prasetya Utomo yang berjudul “menimbang media sosial dalam marketing politik di Indonesia belajar dari Jokowi – Ahok di

⁹Nur Salam A.S, “Peranan Media Massa Sebagai Sarana Komunikasi Politik di Daerah Tingkat II Gowa”, Skripsi, 1999.

¹⁰<http://journal.unpar.ac.id/> skripsi R James situmorang diakses tgl 7 februari 2016 pukul 20.00

Pilkada DKI Jakarta 2012” mengenai Kemenangan Jokowi dan Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) di Pilkada DKI Jakarta 2012 telah menandai satu babak penting dalam perkembangan *marketing* politik di Indonesia. Media sosial memberikan pengaruh yang besar dalam kemenangan tersebut. Media social menjadi alat yang efektif untuk mengorganisir warga dan memobilisasi pemilih. Di erapersonalisasi politik pasca Orde Baru, marketing politik bauran yang menggabungkan media sosial, media massa, dan *marketing* politik tradisional bisa menjadi strategi alternative kandidat maupun partai politik untuk memenangkan pemilu.¹¹

E. Kerangka Teori

Dalam mengkaji media social sebagai ruang komunikasi politik, maka penulis menggunakan beberapa teori besar yaitu:

1. Teori Komunikasi Politik

Sebagaimana dalam ilmu sosial lain, batasan akan pengertian komunikasi belum terdapat kesepakatan diantara para sarjana bahkan, hampir boleh dikatakan antara sarjana satu dan yang lain selalu berbeda dalam memberikan definisi. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan batasan itu mempunyai unsur – unsur yang saling tumpang – tindih. Sehingga masih memberikan kemungkinan orang menarik garis penekanan atau tipikal dari berbagai definisi.

¹¹studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/.../812 skripsi wisnu prasetya utomo diakses tgl 7 februari 2016 pukul 22.30

Berelson dan Steiner (1964), mendefinisikan komunikasi sebagai “penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain –lain, melalui penggunaan symbol, kata, gambar, angka, grafik, dan sebagainya.”

Unsur penyampaian barangkali merupakan unsur komunikasi yang paling sering dijumpai dalam definisi komunikasi. Seperti halnya definisi yang dikemukakan oleh Ithiel deSola Pool, bahwa komunikasi adalah pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan. Adapun Shacter (1961) menulis bahwa “komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan“. Definisi Shacter ini menempatkan komunikasi sebagai unsur kontrol sosial atau untuk memengaruhi perilaku, keyakinan, sikap terhadap orang lain. Batasan lain dikemukakan oleh Carl Hovland, Irving Janis, dan Harold Kelly (1953), mereka menekankan aspek pengaruh dalam mendefinisikan komunikasi, yakni “*the process by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)*”.

Pengertian komunikasi sekaligus sebagai model yang begitu terkenal dilingkungan sarjana komunikasi dan politik merupakan jawaban dari lima pertanyaan yang dikemukakan oleh Harold Lasswell : *who, says what, in which channel, to whom, whith what effect*. Formula ini, walaupun sederhana tetapi sangat membantu mempermudah pemahaman terhadap fenomena komunikasi terutama untuk komunikasi politik (catatan,formula Lasswell munculn dari studi propaganda yang tidak lain merupakan salah satu bentuk komunikasi politik).

Para wakil dan pemimpin rakyat atau kelompok kepentingan, dalam mengartikulasikan dan mengagregasikan kepentingan tertentu senantiasa menggunakan komunikasi misalnya dengan menyampaikan rekomendasi terhadap kebijaksanaan yang akan diterapkan. Begitu pula para penguasa atau pemerintah dalam menentukan *public policy* akan menganalisis terlebih dahulu berbagai informasi yang berasal dari masyarakat, demikian juga para legislator dalam hal membahas suatu produk hukum sangat memerlukan komunikasi terlebih dahulu dengan segala komponen yang terkait terhadap produk legislative itu. Singkatnya, komunikasi mempunyai peranan yang cukup penting dalam proses politik, oleh karena itu tidak jarang para penguasa berusaha untuk mengendalikan atau mengawasi “komunikasi” agar mereka tetap mendapat dukungan untuk berkuasa.

Seorang pemimpin politik, baik yang otoriter maupun yang demokrat ada kecenderungan untuk memanipulasi atau menguasai informasi yang ada untuk masyarakatnya. Dalam kaitan ini media ikut berperan aktif sebagai penyalur (disseminator) berbagai informasi, hanya saja sejarah menunjukkan bahwa media massa selalu dipengaruhi oleh kekuatan yang ada dimasyarakat, baik kekuatan politis penguasa, pemilik modal, maupun kekuatan ekonomi dan politik yang lain. Pada dasarnya , media massa selalu dipengaruhi oleh sistem politik yang berlaku.¹²

¹²HenrySubiakto dan Rachma Ida, *Komunikasi Politik , Media , dan Demokrasi*.(Jl.Tambora Raya No. 23 Rawamangun). Jakarta 13220.

Etika komunikasi dalam perspektif politik, dalam perspektif ini, etika untuk mengembangkan kebiasaan ilmiah dalam praktek berkomunikasi, menumbuhkan bersikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutamaan motivasi ,dan menanamkan penghargaan atas perbedaan.¹³

2. Konsep Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media

¹³Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*. (Jl.Tambora No.23 Rawamangun) . Jakarta 13220.

sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar,

tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Peran dan Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti *blog, facebook, twitter, dan youtube* memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Adapun data deskriptif yang dimaksud adalah ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek itu sendiri).¹⁴

¹⁴Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*, alih bahasa-Arif Furchan (Cet- 1. Usaha Nasional. Surabaya- Indonesia: 1992). h. 21.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan model studi kasus mengenai posisi media sosial sebagai komunikasi politik dalam pilkada di Kabupaten Gowa.

2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dari pemerintah Kota Kabupaten Gowa. Selain itu, Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun data primer yang dimaksud adalah data yang diperoleh dari lapangan atau data yang diperoleh dari pihak-pihak yang terkait dan berhubungan dengan pembahasan masalah dalam skripsi, data yang berupa dokumen resmi. Sedangkan data sekunder berupa data yang diperoleh melalui studi kepustakaan dengan membaca berbagai macam bacaan sebagaimana dimaksud dalam teknik pengumpulan data.

3. Metode Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan 2 cara, yakni melalui metode penelitian lapangan (*field research*) dan metode penelitian pustaka (*library research*).

1. Metode penelitian lapangan (*field research*), yakni metode yang penulis gunakan untuk terjun langsung ke lokasi penelitian dengan melakukan wawancara, adapun cara yang ditempuh untuk memperoleh

keterangan atau informasi dengan cara melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan ini.

2. Metode penelitian pustaka (*library research*), yakni metode yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data lewat bahan-bahan bacaan dari referensi berupa buku-buku, media cetak atau media massa lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data secara kualitatif yaitu pendekatan (*content analisis*) yang menekankan pada pengambilan kesimpulan analisis yang bersifat deduktif, yaitu penalaran yang berawal dari hal umum untuk menentukan hal yang khusus sehingga mencapai suatu kesimpulan.

Adapun teknik penulisan skripsi ini, penulis mengacu pada buku Pedoman Penulisan skripsi, Edisi Revisi cetakan 1 yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Alaluddin Makassar Tahun 2013.

5. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Jadi

observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.¹⁵



¹⁵Prof.Dr.H.M.Burhan Bungin,S.Sos.,M.Si, *Komunikasi,Ekonomi,Kebijakan Publik, Dan Ilmu social*.(Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2007),Hal 111

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran umum lokasi penelitian sangat penting untuk memperjelas dan mengenal objek penelitian. Sehubungan dengan itu, maka pada bab ini diuraikan beberapa hal yang terkait dengan lokasi penelitian.

A. Gambaran Umum Kabupaten Gowa

Kesultanan Gowa atau kadang ditulis “Goa”, adalah salah satu kerajaan besar dan paling sukses, bahkan pernah menjadi penguasa tertinggi atas kerajaan-kerajaan lain di daerah Sulawesi Selatan dan merupakan pintu gerbang kawasan timur nusantara yang kaya akan hasil alam terutama rempah-rempah. Rakyat dari kerajaan ini berasal dari Suku Makassar yang berdiam di ujung selatan dan pesisir barat Sulawesi bagian selatan. Wilayah kerajaan ini sekarang berada di bawah Kabupaten Gowa dan beberapa bagian daerah sekitarnya. Kerajaan ini memiliki raja yang paling terkenal bergelar Sultan Hasanuddin, yang saat itu melakukan peperangan yang dikenal dengan Perang Makassar (1666-1669) terhadap VOC yang dibantu oleh Kesultanan Bone yang dikuasai oleh satu wangsa (dinasti) Suku Bugis dengan rajanya, Arung Palakka. Sejatinya perang Makassar bukanlah perang antarsuku melainkan perang antara dua persekutuan, karena pihak Gowa memiliki sekutu dari kalangan Bugis yaitu wajo, luwu, bulo-bulo, lamatti dan raja, demikian pula pihak

Belanda-Bone memiliki sekutu orang Makassar yaitu wilayah turatea. Perang Makassar adalah perang terbesar VOC yang pernah dilakukannya pada abad ke-17.¹⁶

Secara Administrasi wilayah Kabupaten Gowa dapat dilihat pada tabel dibawah :

**Luas Daerah dan Pembagian Daerah Administrasi Di Kabupaten Gowa
Tahun 2015**

Nama Resmi	Kabupaten Gowa
Ibu Kota	Sungguminasa
Provinsi	Sulawesi Selatan
Batas Wilayah	Utara : Kota Makassar dan Kabupaten Maros Selatan : Kabupaten Takalar dan Jeneponto Barat : Kota Makassar dan Takalar Timur : Kabupaten Sinjai, Bulukumba, dan Bantaeng
Luas Wilayah	1.883,32 Km ²
Jumlah Penduduk	823.698 Jiwa
Wilayah Administrasi	Kecamatan: 18, Kelurahan: 45, Desa: 122

Sumber: Kantor Perpustakaan, Arsip dan Pengelolah Data Elektronik Kabupaten Gowa

¹⁶Leonard Y. Andaya. *Warisan Arung Palakka*, (Makassar: Ininawa, 2004), h. 14

1. Sejarah Kabupaten Gowa

Sebelum Kerajaan Gowa terbentuk, terdapat 9 (sembilan) Negeri atau Daerah yang masing-masing dikepalai oleh seorang penguasa yang merupakan Raja Kecil. Negeri ini ialah Tombolo, Lakiung, Samata, Parang-parang, Data, Agang Je'ne, Bisei, Kalling dan Sero. Pada suatu waktu Paccallayya bersama Raja-Raja kecil itu masygul karena tidak mempunyai raja, sehingga mereka mengadakan perundingan dan sepakat memohon kepada Dewata agar menurunkan seorang wakilnya untuk memerintah Gowa.

Peristiwa ini terjadi pada tahun 1320 (Hasil Seminar Mencari Hari Jadi Gowa) dengan diangkatnya Tumanurung menjadi Raja Gowa maka kedudukan sembilan raja kecil itu mengalami perubahan, kedaulatan mereka dalam daerahnya masing-masing dan berada di bawah pemerintahan Tumanurung Bainea selaku Raja Gowa Pertama yang bergelar Karaeng Sombaya Ri Gowa.

Raja kecil hanya merupakan Kasuwiyang Salapanga (Sembilan Pengabdian), kemudian lembaga ini berubah menjadi Bate Salapang (Sembilan Pemegang Bendera).¹⁷

2. Masa Kerajaan Kabupaten Gowa

Pada tahun 1320 Kerajaan Gowa terwujud atas persetujuan kelompok kaum yang disebut Kasuwiyang-Kasuwiyang dan merupakan kerajaan kecil yang terdiri

¹⁷Zainuddin Tika. *Profil Sejarah Budaya dan Parawisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 38-39

dari 9 Kasuwiyang yaitu Kasuwiyang Tombolo, Lakiyung, Samata, Parang-parang, Data, Agang Je'ne, Bisei, Kalling, dan Sero.

Pada masa sebagai kerajaan, banyak peristiwa penting yang dapat dibanggakan dan mengandung citra nasional antara lain Masa Pemerintahan I Daeng Matanre Karaeng Imannuntungi Karaeng Tumapa'risi Kallonna berhasil memperluas Kerajaan Gowa melalui perang dengan menaklukkan Garassi, Kalling, Parigi, Siang (Pangkaje'ne), Sidenreng, Lempangang, Mandalle dan lain-lain kerajaan kecil, sehingga Kerajaan Gowa meliputi hampir seluruh dataran Sulawesi Selatan.

Di masa kepemimpinan Karaeng Tumapa'risi Kallonna tersebutlah nama Daeng Pamatte selaku Tumailalang yang merangkap sebagai Syahbandar, telah berhasil menciptakan aksara Makassar yang terdiri dari 18 huruf yang disebut Lontara Turiolo.

Pada tahun 1051 H atau tahun 1605 M, Dato Ribandang menyebarkan Agama Islam di Kerajaan Gowa dan tepatnya pada tanggal 9 Jumadil Awal tahun 1051 H atau 20 September 1605 M, Raja I Mangerangi Daeng Manrabia menyatakan masuk agama Islam dan mendapat gelar Sultan Alauddin. Ini kemudian diikuti oleh Raja Tallo I Mallingkaang Daeng Nyonri Karaeng Katangka dengan gelar Sultan Awwalul Islam dan beliaulah yang mempermaklumkan shalat Jum'at untuk pertama kalinya.

Raja I Mallombasi Daeng Mattawang Karaeng Bontomangape Muhammad Bakir Sultan Hasanuddin Raja Gowa ke XVI dengan gelar Ayam Jantan dari Timur,

memproklamirkan Kerajaan Gowa sebagai kerajaan maritim yang memiliki armada perang yang tangguh dan kerajaan terkuat di Kawasan Indonesia Timur.

Pada tahun 1653 – 1670, kebebasan berdagang di laut lepas tetap menjadi garis kebijaksanaan Gowa di bawah pemerintahan Sultan Hasanuddin. Hal ini mendapat tantangan dari VOC yang menimbulkan konflik dan perseteruan yang mencapai puncaknya saat Sultan Hasanuddin menyerang posisi Belanda di Buton. Akibat peperangan yang terus menerus antara Kerajaan Gowa dengan VOC mengakibatkan jatuhnya kerugian dari kedua belah pihak, oleh Sultan Hasanuddin melalui pertimbangan kearifan dan kemanusiaan guna menghindari banyaknya kerugian dan pengorbanan rakyat, maka dengan hati yang berat menerima permintaan damai VOC.

Pada tanggal 18 November 1667 dibuat perjanjian yang dikenal dengan Perjanjian Bungaya (Cappaya ri Bungaya). Perjanjian tidak berjalan langgeng karena pada tanggal 9 Maret 1668, pihak Kerajaan Gowa merasa dirugikan. Raja Gowa kembali dengan heroiknya mengangkat senjata melawan Belanda yang berakhir dengan jatuhnya Benteng Somba Opu secara terhormat. Peristiwa ini mengakar erat dalam kenangan setiap patriot Indonesia yang berjuang gigih membela tanah airnya.¹⁸

Sultan Hasanuddin bersumpah tidak sudi bekerja sama dengan Belanda dan pada tanggal 1 Juni 1669 meletakkan jabatan sebagai Raja Gowa ke XVI setelah

¹⁸ Zainuddin Tika. *Profil Sejarah Budaya dan Parawisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 38-39

hampir 16 tahun melawan penjajah. Pada hari Kamis tanggal 12 Juni 1670 Sultan Hasanuddin mangkat dalam usia 36 tahun. Berkat perjuangan dan jasa-jasanya terhadap bangsa dan negara, maka dengan Surat Keputusan Presiden RI Nomor 087/TK/Tahun 1973 tanggal 16 Nopember 1973, Sultan Hasanuddin dianugerahi penghargaan sebagai Pahlawan Nasional.¹⁹

Dalam sejarah berdirinya Kerajaan Gowa, mulai dari Raja Tumanurung Bainea sampai dengan setelah era Raja Sultan Hasanuddin telah mengalami 38 kali pergantian Somba (raja) sebagaimana terlihat pada tabel berikut :

3. Nama-Nama Raja Kerajaan Gowa dari Tahun 1320 - sekarang

No.	Nama Raja	Periode
1.	Tumanurung Bainea (Putri Ratu)	-
2.	Tamasalangga Baraya	1320 – 1345
3.	I Puang Loe Lembang	1345 – 1370
4.	I Tuniata Banri	1370 – 1395

¹⁹Zainuddin Tika, M. Ridwan Syam. *Raja dan Pejuang Sulawesi Selatan*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 74-77

5.	Karampang Ri Gowa	1395 – 1420
6.	Tunatangka Lopi	1420 – 1445
7.	Batara Gowa Tuniwangngang Ri Paralakkenna	1445 – 1460
8.	IPakere Tau Tunijallo Ri Passukki	1460
9.	Dg. Matanre Krg. Mangngutungi Tumaparisi Kallonna	1460 – 1510
10.	I Manriwagau Daeng Bonto Karaeng Lakiung Tunipallangga Ulaweng.	1510 – 1546
11.	I Tajibarani Daeng Marompa Karaeng Data' Tunibatta	1546 – 1565
12.	I Manggorai Daeng Mammata Karaeng Bontolangkasa Tunijallo.	1565 (40 hari)
13.	I Tepu Karaeng Daeng Parabbung Karaeng Bontolangkasa Tunipasulu Tumenanga Ri Butung.	1565 – 1590

14.	I Mangngerangi Daeng Manrabbia Sultan Alauddin Tumenanga Ri Gaukanna	1590 – 1593
15.	I Mannuntungi Daeng Mattola Karaeng Lakiung Sultan Malikussaid Tumenanga Ri Papan Batuna.	1593 – 1639
16.	I Mallombasi Dg Mattawang Muhammad Basir Karaeng Bontomangape Sultan Hasanuddin Tumenanga Ri Ballapangka.	1639 – 1653
17.	I Mappasomba Daeng Nguraga Karaeng Lakiung Sultan Amir Hamzah Tumammalianga Ri Allu.	1653 – 1669
18.	I Mappaosong Daeng Mangewai Karaeng Bisei Sultan Muhammad Ali Tumenanga Ri Jakattara.	1669 – 1674
19.	I Mappadulung Daeng Mattimung Karaeng Sanro BoneSultan Abdul Jalil Tumenanga Ri Lakiung.	1674 – 1677
20.	La Pareppa Tu Sappewalia Karaeng Ana' Moncong Sultan Ismail Tumenanga Ri Somba Opu.	1677 – 1709
21.	I Mappau'rangi Karaeng Boddia Sultan Sirajuddin Tumenanga Ri Passiringanna.	1709 – 1711
22.	I Manrabia Karaeng Kanjilo Sultan Najamuddin Tumenanga Ri Jawaya.	1712 – 1724

23.	I Mappau'rangi Karaeng Boddia Sultan Sirajuddin Tumenanga Ri Passiringanna (Kedua kalinya)	1724 – 1729
24.	I Mallawagau Karaeng Lempangang Sultan Abdul Khair Al Mansyur Tumenanga Ri Gowa.	1729 – 1735
25.	I Mappababbasa Sultan Abdul Kudus Tumenanga Ri Bontoparang.	1735 – 1742
26.	Amas Madina 'Batara Gowa II Sultan Usman (diasingkan ke Sailon oleh Belanda)	1742 – 1753
27.	I Mallisu Jawa Daeng Riboko Karaeng Tompobalang Sultan Maduddin Tumenanga Ri Tompobalang.	1753 – 1767
28.	I Temmasongeng / I Makkaraeng Karaeng Katangka Sultan Zainuddin Tumenanga Ri Mattoanging.	1767 – 1769
29.	I Mannawarri / I Sumaele Karaeng Bontolangkasa Karaeng Mangasa Sultan Abdul Hadi Tumenanga Ri Sambungjawa.	1769 – 1778
30.	I Mappatunru / I Manginyarang Karaeng Lembangparang Sultan Abdul Rauf Tumenanga Ri Katangka.	1778 – 1810
31.	La Oddangriu Daeng Mangeppe Karaeng Katangka Sultan Muhammad Zainal Abidin Abd. Rahman Amiril Mu'minin	1825 – 1826

	Tumenanga Ri Suangga	
32.	I Kumala Daeng Parani Karaeng Lembangparang Sultan Abdul Kadir Aididin Tumenanga Ri Kakuasanna.	1826 – 1893
33.	I Mallingkaan Daeng Nyonri Karaeng Katangka Sultan Muhammad Idris Tumenanga Ri Kala'biranna.	1893 – 1895
34.	I Makkulau Daeng Serang Karaeng Lembangparang Sultan Muhammad Husain Tumenanga Ri Bundu'na.	1895 – 1906
35.	I Mangngi-mangngi Daeng Mattutu Karaeng Bontonompo Sultan Muhammad Tahir Muhibuddin Karaeng Ilanga Tumenaga Ri Sungguminasa.	1906 – 1946
36.	Andi Idjo Daeng Mattawang Karaeng Lalolang Sultan Muhammad Abdul Kadir Aiduddin Tumenanga Ri Jongaya.	1946 – 1957
37.	Andi Maddusila Patta Nyonri Karaeng Katangka Sultan Alauddin II	2011- 2014

Sumber: Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Gowa

4. Masa Kemerdekaan Kabupaten Gowa

Pada tahun 1950 berdasarkan Undang-Undang Nomor 44 Tahun 1950 Daerah Gowa terbentuk sebagai Daerah Swapraja dari 30 daerah Swapraja lainnya dalam pembentukan 13 Daerah Indonesia Bagian Timur.

Sejarah Pemerintahan Daerah Gowa berkembang sesuai dengan sistem pemerintahan negara. Setelah Indonesia Timur bubar dan negara berubah menjadi sistem Pemerintahan Parlemen berdasarkan Undang-Undang Dasar Sementara (UUDS) tahun 1950 dan Undang-undang Darurat Nomor 2 Tahun 1957, maka daerah Makassar bubar.

Pada tanggal 17 Januari 1957 ditetapkan berdirinya kembali Daerah Gowa dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan ditetapkan sebagai daerah Tingkat II . Selanjutnya dengan berlakunya Undang-undang Nomor 1 tahun 1957 tentang Pemerintahan Daerah untuk seluruh wilayah Indonesia tanggal 18 Januari 1957 telah dibentuk Daerah-daerah Tingkat II.²⁰

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 29 tahun 1957 sebagai penjabaran Undang-Undang Nomor 1 tahun 1957 mencabut Undang-Undang Darurat No. 2 Tahun 1957 dan menegaskan Gowa sebagai Daerah Tingkat II yang berhak mengurus rumah tangganya sendiri. Untuk operasionalnya dikeluarkanlah Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor U.P/7/2/24 tanggal 6 Pebruari 1957 mengangkat Andi

²⁰Zainuddin Tika. *Profil Sejarah Budaya dan Parawisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 88

Ijo Karaeng Lalolang sebagai Kepala Daerah yang memimpin 12 (dua belas) Daerah bawahan Distrik yang dibagi dalam 4 (empat) lingkungan kerja pemerintahan yang disebut koordinator masing-masing :

- a. Koordinator Gowa Utara, meliputi Distrik Mangasa, Tombolo, Pattallassang, Borongloe, Manuju dan Borisallo. Koordinatonya berkedudukan di Sungguminasa.
- b. Koordinator Gowa Timur, meliputi Distrik Parigi, Inklusif Malino Kota dan Tombolopao. Koordinatonya berkedudukan di Malino.
- c. Koordinator Gowa Selatan, meliputi Distrik Limbung dan Bontonompo. Koordinatonya berkedudukan di Limbung.
- d. Koordinator Gowa Tenggara, meliputi Distrik Malakaji, koordinatonya berkedudukan di Malakaji.

Pada tahun 1960 berdasarkan kebijaksanaan Pemerintah Pusat di seluruh Wilayah Republik Indonesia diadakan Reorganisasi Distrik menjadi Kecamatan. untuk Kabupaten Daerah Tingkat II Gowa yang terdiri dari 12 Distrik diubah menjadi 8 Kecamatan masing-masing :

- a. Kecamatan Tamalate dari Distrik Mangasa dan Tombolo.
- b. Kecamatan Panakkukang dari Distrik Pattallassang.
- c. Kecamatan Bajeng dari Distrik Limbung.
- d. Kecamatan Pallangga dari Distrik Limbung.

- e. Kecamatan Bontonompo dari Distrik Bontonompo
- f. Kecamatan Tinggimoncong dari Distrik Parigi dan Tombolopao
- g. Kecamatan Tompobulu dari Distrik Malakaji.
- h. Kecamatan Bontomarannu dari Distrik Borongloe, Manuju dan Borisallo.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 1971 tentang perluasan Kotamadya Ujung Pandang sebagai Ibukota Propinsi, Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II Gowa menyerahkan 2 (dua) Kecamatan yang ada di wilayahnya, yaitu Kecamatan Panakkukang dan sebagian Kecamatan Tamalate dan Desa Barombong Kecamatan Pallangga (seluruhnya 10 Desa) kepada Pemerintah Kotamadya Ujung Pandang.

Terjadinya penyerahan sebagian wilayah tersebut, mengakibatkan makna samarnya jejak sejarah Gowa di masa lampau, terutama yang berkaitan dengan aspek kelautan pada daerah Barombong dan sekitarnya. Hal ini mengingatkan, Gowa justru pernah menjadi sebuah Kerajaan Maritim yang pernah jaya di Indoneia Bagian Timur, bahkan sampai ke Asia Tenggara.

Dengan dilaksanakannya Undang-Undang Nomor 51 tahun 1971, maka praktis wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Gowa mengalami perubahan yang sebelumnya terdiri dari 8 (delapan) Kecamatan dengan 56 Desa menjadi 7 (tujuh) Kecamatan dengan 46 Desa.

Sebagai akibat dari perubahan itu pula, maka Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa berupaya dan menempuh kebijaksanaan-kebijaksanaan yang didukung oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Sulawesi Selatan dengan membentuk 2 (dua) buah Kecamatan yaitu Kecamatan Somba Opu dan Kecamatan Parangloe.

Guna memperlancar pelaksanaan pemerintahan dan pembangunan masyarakat Kecamatan Tompobulu, maka berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Propinsi Sulawesi Selatan No.574/XI/1975 dibentuklah Kecamatan Bungaya hasil pemekaran Kecamatan Tompobulu. Berdasarkan PP No. 34 Tahun 1984, Kecamatan Bungaya di defenitifkan sehingga jumlah kecamatan di Kabupaten Gowa menjadi 9 (sembilan).

Selanjutnya pada tahun 2006, jumlah kecamatan di Kabupaten Gowa telah menjadi 18 kecamatan akibat adanya pemekaran di beberapa kecamatan dengan jumlah desa/kelurahan definitif pada tahun 2006 sebanyak 167 dan 726 dusun/lingkungan.

Dalam sejarah perkembangan pemerintahan dan pembangunan mulai dari zaman kerajaan sampai dengan era kemerdekaan dan reformasi, wilayah Pemerintah Kabupaten Gowa telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sebagai daerah agraris yang berbatasan langsung dengan Kota Makassar Ibu Kota Propinsi Sulawesi Selatan menjadikan Kabupaten Gowa sebagai daerah pengembangan perumahan dan permukiman selain Kota Makassar.

Kondisi ini secara gradual menjadikan daerah Kabupaten Gowa yang dulunya sebagai daerah agraris sentra pengembangan pertanian dan tanaman pangan yang sangat potensial, juga menjadi sentra pelayanan jasa dan perekonomian.²¹

Dalam sejarah keberadaan Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II sejak tahun 1957 sampai sekarang telah mengalami 12 (dua belas) kali pergantian Bupati. 11 (sebelas) kali diantaranya berdasarkan pengangkatan secara langsung oleh Menteri Dalam Negeri. Satu kali berdasarkan hasil pemilihan secara langsung oleh rakyat Kabupaten Gowa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

5. Bupati Gowa Dari Tahun 1957 sampai sekarang

No	Nama Bupati	Periode
1.	Andi Idjo Karaeng Lalolang	1957 – 1960
2.	Andi Tau	1960 – 1967
3.	H. M. Yasin Limpo	Karetaker
4.	Andi Bachtiar	Karetaker
5.	K. S. Mas'ud	1967 – 1976
6.	H. Muhammad Arif Sirajuddin	1976 – 1984
7.	H. A. Kadir Dalle	1984 – 1989
8.	H. A. Azis Umar	1989 – 1994

²¹Zainuddin Tika. *Profil Sejarah Budaya dan Parawisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 112-115

9.	H. Syahrul Yasin Limpo, SH, M.Si	1994 – 2002
10.	Drs. H. Hasbullah Djabar, M.Si	2002 – 2004
11.	H. Andi Baso Machmud	Karetaker
12.	H. Ichsan Yasin Limpo, SH	2005 sampai sekarang

Sumber: Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Gowa



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pemanfaatan media sosial facebook dalam pemilihan bupati di Kabupaten Gowa tahun 2015

Pemanfaatan media sosial berperan besar dalam Pemilihan Bupati Gowa, Masing-masing tim sukses calon presiden beradu strategi kampanye melalui internet, terutama media sosial. Namun pemanfaatan media sosial untuk kampanye politik ternyata belum merata, nampaknya belum bisa mengoptimalkan manfaat internet dan media sosial. Padahal media sosial ini selain sebagai sarana bersosialisasi atau pemasaran secara *online*, bisa dimanfaatkan pula sebagai alat kampanye politik yang terbilang praktis.

Perkembangan teknologi dalam komunikasi berpengaruh dalam kehidupan manusia baik dalam hal ekonomi, sosial, budaya dan juga politik. Bidang politik cukup banyak terpengaruh oleh teknologi komunikasi sendiri. Komunikasi sangat penting dan diperlukan dalam politik dan merupakan salah satu bagian dari kegiatan politik sendiri. Kampanye politik sendiri juga sering mempergunakan media komunikasi di dalamnya. Media online, jejaring sosial ataupun media social sebagai salah satu produk teknologi komunikasi cukup banyak dipergunakan dalam kampanye pemilu, Konsep McLuhan yang menyatakan bahwa teknologi adalah

media menjadi konsep dasar yang menjadi landasan dalam analisis suatu kasus politik. Dari konsep McLuhan ini turun ke dalam beberapa teori yang memiliki kaitan dan juga dapat menjadi pisau analisis dalam berbagai kasus yang ada dalam bidang politik. Teknologi komunikasi yang selalu berkembang menyebabkan pengaruh pada bidang politik melalui kegiatan kampanye yang kini dikembangkan melalui media baru dan dapat terlihat adanya technological determinism yang ada di tengah masyarakat sebab banyaknya orang yang begitu ketergantungan dengan fungsi teknologi sehingga kehidupan sangat dikuasai oleh teknologi. Sebagai makhluk sosial, manusia tak akan pernah bisa hidup sendiri dan hal ini juga membenarkan salah satu aksioma dari komunikasi bahwa “*we cannot not communicate*”. Benar sekali bahwa manusia tak bisa untuk tidak berkomunikasi. Komunikasi ini baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Komunikasi sendiri merupakan sebuah proses menyampaikan pesan dari sender kepada receiver melalui media.²²

Teknologi berkembang dengan cukup pesat dan menimbulkan bermunculannya begitu banyak media baru yang memberikan dampak pada kehidupan sosial masyarakat. Salah satu bidang yang cukup banyak sangat bergantung dengan teknologi komunikasi adalah bidang politik. Karena di dalam bidang politik ini komunikasi politik sangat penting dalam politik. Salah satu bentuk kegiatan politik yang diketahui banyak masyarakat luas adalah kampanye politik. Dalam hal ini kampanye sendiri sudah terbagi dalam beberapa kategori seperti

²² Susilana Rudi, Cepi Riana. *Media Pembelajaran, hakikat, pengembangan, pemanfaatan dan pengembangan*. (Bandung: CV wacana prima), hal 6.

kampanye legislatif , kampanye capres dan juga kampanye dalam pemilu kepala daerah dll. Yang juga sangat menarik untuk diamati adalah pergeseran bentuk kampanye politik yang dilakukan oleh para calon dalam kampanye.

Seperti Facebook ataupun Twitter dengan hampir jutaan masyarakat Gowa telah bergabung menjadi satu dalam berbagai banyaknya jenis dari sosial media set. Sosial media telah sangat banyak mempengaruhi kehidupan manusia, termasuk di bidang politik yang juga terpengaruh dengan keberadaan sosial media. Seperti halnya grup facebook pilkada Kabupaten Gowa, Dalam bidang politik sendiri yang di dalamnya juga terdapat komunikasi politik yang membuat masyarakat untuk dapat terpengaruh memilih calon untuk mendapatkan sebuah kekuasaan. Berawal dari konsep dasar dari McLuhan bahwa media teknologi adalah perpancangan dari tangan manusia. Banyak manfaat yang diberikan oleh penggunaan teknologi. Namun sering kali kita terjebak bahwa teknologi hanya sebuah alat elektronik yang sangat canggih. semua media untuk sarana menyampaikan pesan dari sender kepada receiver merupakan teknologi yang menjadi perpanjangan tangan manusia. Media berbeda dalam aspek – aspek yang penting, komunikasi dan media, sebagian besar media tetaplah dianggap bersifat misal dan prinsip-prinsip dasar tetap digunakan. Banyak orang yang ingin mempelajari media karena telah membaca atau menyaksikannya, banyak kajian yang telah bahwa efek hal ini sesungguhnya sangat minimal, yang

terbaik yang dapat kita harapkan adalah bahwa kampanye pesan tersebut berkontribusi pada suatu pergeseran yang perlahan.²³

Bagi Negara – Negara yang menganut paham demokrasi dalam kehidupan politiknya tentu kampanye politik dalam media massa sebagai suatu proses untuk mencapai tujuan politik. Sehingga kampanye melalui media massa dirasakan oleh rakyatnya mempunyai pengaruh yang besar dengan memegang asumsi kekuatan opini public, bahkan tidak mengherankan jika demokrasi disebut “pemerintah oleh opini public”. Dari sudut pandang teori masyarakat dan kekuasaan seperti yang dikemukakan oleh McQuail (1987) bahwa media dilihatnya bukan saja membentuk ketergantungan (dependensi) warga masyarakat terhadap media dalam hal penciptaan pendapat, tetapi juga dalam hal penciptaan pendapat, tetapi juga dalam hal penciptaan identitas dan kesadaran. Teori masyarakat itu lebih menekankan potensi media daripada keterbatasan lainnya, terutama karena adanya kecenderungan monopoli dan kesulitan untuk mengekang kecenderungan itu sendiri. Demikian juga kalau kita kembali melihat konsep dasar dari opini publik, yang sebenarnya bertitik tolak dari hak asasi yang pada diri seseorang, yaitu hak kebebasan mengeluarkan pendapat, menyatakan sikap, pikiran dan gagasan. Adanya konsep tersebut dalam proses dalam proses pembentukannya, media massa merupakan salah satu saluran dan sekaligus penggerak utama dalam penentuan suatu agenda politik (baik itu agenda media maupun agenda khalayak) terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat. Dilihat dari manfaat media, media massa mempunyai keampuhan yang luar biasa dalam

²³ Wahyuni Hermin Indah, *Media dan Cultural Studies*. (P.T Bentang Pustaka), hal 8-10

memperkuat (reinforcement) suatu kondisi atau situasi yang sudah ada. Demikian juga ia mempunyai kemampuan untuk ikut membenarkan apa yang ada di dalam benak seseorang.

Dengan kata lain, media bermanfaat di dalam ikut mengabsahkan suatu yang sudah ada dalam pikiran seseorang tentang suatu realitas social. Begitu pula kalau dilihat dari potensi media, dimana media berfungsi sebagai saluran di dalam mentransfer informasi politik yang ternyata posisinya semakin bertambah penting. Tingginya pemanfaatan media mendorong potensi media semakin kokoh. Maka dari itu, peran media massa selalu menjadi rebutan dan cenderung untuk digunakan oleh kelompok kepentingan (interest grup), partai politik, pressure grup, dan lembaga-lembaga politik lainnya, karena media massa dilihatnya sebagai alat yang mempunyai pengaruh untuk mengontrol system politik, khususnya lagi mengontrol jalannya pemerintah. Disisi lain demarkasi yang jelas dari peranan media massa, maka bagi negara yang paham demokrasi media massa berfungsi secara timbale balik dalam melakukan komunikasi politik. Dimana rakyat dan pemerintah serta lembaga-lembaga politik lainnya mempunyai kedudukan yang sama dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan Negara. Jadi semua lapisan masyarakat diberi kesempatan untuk memberikan penilaian terhadap jalannya sistem politik, dengan memanfaatkan media sebagai saluran politik.²⁴

Dalam pilkada Gowa, media berperan penting dalam pemilu legislatif ini karena media harus bisa mempertimbangkan mana berita yang layak diberitakan dan

²⁴Hasrullah, *Megawati dalam Tangkapan Pers*, (Lkis:Yogyakarta), hal 42-45

berita yang perlu dilakukan revisi terlebih dahulu, karena berita dengan sumber yang tidak pasti dapat menuai perbedaan pendapat yang membuat ricuh, seperti banyaknya masyarakat yang saling mengujat bahkan ingin saling menjatuhkan antar calon legislatif di media seperti grup facebook di Gowa tahun 2015. Adapun komentar-komentar yang dilakukan oleh berbagai tim sukses dari masing-masing calon kandidat, mereka bersaing dengan cara saling memuji satu sama lain.

Adapun contoh status salah satu pengguna facebook yang berkomentar dalam pilkada Gowa tahun 2015 yaitu²⁵



²⁵ Diakses tgl 29 mei 2016

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Asriadi Arasi S.T, selaku ketua komisi IV partai democrat mengatakan bahwa

“Pemanfaatan media disini seperti facebook bukan media resmi, tidak seperti Koran karena tidak ada bukti-bukti yang maksimal dan tidak ada larangan Media sosial itu tidak utama, karena kader turun ke bawah merupakan cara utama kami yaitu dengan berdialog dan baliho dan media sosial itu untuk membantu masyarakat yang tidak ikut kampanye tradisional partai tersebut sehingga konstituen bisa melihat di twitter dan facebook, “Media sosial itu ada manfaatnya tapi tidak signifikan”.”²⁶

Media sosial hanya berpengaruh signifikan bagi politikus yang bekerja sepanjang waktu. Bukan pekerjaan instan lima tahun sekali. Mereka yang intens menyebarkan ide-ide dan berdiskusi dalam bidang tertentu secara mendalam sepanjang waktu akan mendapat hasilnya saat pemilu. Media sosial tidak cocok untuk politisi "kosong", tapi hanya bagi mereka yang punya kemampuan berpikir dan berdialektika. Media sosial juga tak cocok bagi yang egois, melainkan bagi mereka yang memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap berbagai masalah yang dihadapi masyarakat. Hanya politisi yang memiliki simpati dan empati terhadap permasalahan rakyat yang akan menuai simpati dan empati publik. Sifat kampanye di media sosial bisa merupakan kebalikan dari kampanye di dunia nyata. Jika di dunia nyata kampanye begitu berisik, keras suaranya tapi tanpa bukti nyata, di media sosial adalah antitesis dari berisik dan bising tersebut, yaitu bermakna. Setiap suara punya arti, memiliki pembuktiannya sendiri-sendiri. Politik di media sosial bisa merupakan politik sejati, yaitu politik yang benar-benar berisi ide-ide dan aksi nyata untuk kebaikan umum. Inilah politik yang memiliki daya dobrak. Berbagai isu sosial yang

²⁶ Asriadi Arasi S.T, Ketua Komisi IV partai demokrat, Wawancara, Gowa, 10 Mei 2016.

menjadi beban masyarakat sering kali mendapatkan solusinya di media sosial. Media telah mempengaruhi seluruh aspek kehidupan.²⁷

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Muhammad Nur Ashar S.H M.H selaku tim pemenang, mengatakan bahwa

“Media sosial dapat jadi solusi meminimalkan ketidakadilan. Media sosial dapat jadi penyeimbang media siaran televisi yang sekarang tak lagi mampu mempertahankan independensi dan keadilannya, media seperti facebook memang masih lazim disalahgunakan juga seperti banyanya isu – isu yang tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi atau fakta di lapangan yang terjadi inilah juga penyebab terjadinya perselisihan antar calon legislatif.”²⁸

Di setiap masyarakat, mulai dari yang paling primitif hingga yang terkompleks, sistem komunikasi menjalankan empat fungsi. Harold Lasswell telah mendefinisikan tiga diantaranya: penjagaan lingkungan yang mendukung; pengaitan berbagai komponen masyarakat agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan serta pengalihan warisan sosial. Masyarakat juga menggunakan sistem komunikasi sebagai guru yang menyampaikan warisan sosial (nilai-nilai, norma) dari seseorang ke orang lain, atau bahkan dari generasi ke generasi.²⁹

Berdasarkan hasil wawancara dari ibu Lisdawati S.pd selaku tim sukses dari pasangan calon no 5 yaitu :

²⁷ Jurnal.usm diakses tgl 2 mei 2016

²⁸ Muhammad Nur Ashar S.H, M.H, Tim Pemenang pasangan calon legislatif, *Wawancara*, Gowa, 15 Mei 2016.hal 22

²⁹William L Rivers. Theodore Peterson, Joy W. Jensen. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. (Jakarta: Kencana 2003), hal 33-38

“Pemanfaatan media sosial seperti facebook sangat berperan bagi pemilihan umum tahun ini, karena persaingan yang sangat kuat apalagi semua pihak dari pasangan calon rata-rata mempunyai media sosial bernama facebook, masyarakat akan antusias dalam pilkada yang akan menyebabkan terjadinya perselisihan antar pihak, dan juga perdebatan di dalamnya.”³⁰

Pola komunikasi yang terjadi dalam media - media facebook adalah komunikasi dua arah/ interaktif dan secara realtime. Dengan perkembangan teknologi seperti sekarang, media masa juga tentu terkena dampaknya dan harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada, sehingga saat ini kita dapat menjumpai banyak metode-metode media masa yang baru, seperti halnya berita dari twitter, kompasiana yang merupakan opini dan tulisan masyarakat, dan lain sebagainya. Dalam kampanye politik, kandidat bisa saling berhubungan langsung dengan khalayak melalui tulisan di wall atau forum diskusi lainnya yang bisa di koment oleh tiap orang. Selain menyampaikan visi misi kandidat dalam kampanye kepada orang lain, facebook juga bisa menjadi sarana menjangkau aspirasi masyarakat karena bisa disampaikan secara langsung. Facebook juga bisa dimanfaatkan sebagai pengenalan diri dan membangun tali persahabatan dengan siapa saja (khususnya antara kandidat dan khalayak).

No	Nama Grup	Anggota	Jumlah Like
1.	Pilkada Gowa 2015 – 2020	314	194
2.	Pilkada Gowa 2015 – 2020	912	445
3.	Demokrasi Pilkada Gowa 2015	493	493

³⁰ Lisdayanti, S.Pd., tim sukses dalam Pilkada Kabupaten Gowa tahun 2015, Wawancara, Gowa, 22 Mei 2016

4.	Pilkada Gowa 2015	68627	26.112
5.	Pilkada Gowa 2015	1367	896
6.	Pilkada Gowa 2015	145	75

Dari semua grup di atas, grup “pilkada Gowa 2015-2020” adalah grup independent dimana admin grup ini netral tidak ada calon yang mereka ingin jatuhkan, grup yang kedua adalah admin dari pasangan calon no 5 yaitu Adnan Kio, dalam grup ini, berpihak hanya kepada pasangan calon no 5. Adapun grup yang ketiga yaitu admin dari pasangan calon no 1 Andi Maddusila, grup ini juga terbilang banyak anggotanya dan pendukungnya, perdebatannya juga sangat ,Grup yang ke 4 yaitu independent, grup ini terbuka dan semua pihak berhak berkomentar di dalamnya, grup yang ke 5 yaitu admin dari pendukung Adnan Kio, dan yang ke 6 itu independent atau grup terbuka untuk semua pihak.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Muh.Hasrullah. S.Ip sebagai jendral lapangan dan sekaligus ketua tim pemenang pemuda Andi Maddusila andi Ijo dan Wahyu Permana Kaharuddin no urut 1 (wattunnami) bahwa :

“Melihat rekabpitulasi suara secara quillcant dan realcant itu sangat tumpang tindih karena melihat realita yang terjadi di lapangan banyaknya para tim melakukan kecurangan (money politik) secara garis besarnya bisa disimpulkan bahwa kekuatan yang tidak sesuai dengan aturan pilkada dalam artian mengajarkan masyarakat politik uang itu sama halnya mengajarkan tentang kesesatan. Kasus yang terjadi banyaknya para pegawai yang terlibat dalam pilkada sangat mencederai tentang demokrasi karena aturan dari kementrian kiranya para pegawai dan seluruh para pejabat yang di atur dalam

UU pilkada sekiranya CPNS tidak bisa ikut dalam politik aktif. Seperti dalam media juga banyaknya isu – isu yang tidak sesuai dengan fakta di lapangan, mereka saling membantai, karena media seperti itu masih lazim disalahgunakan orang.”³¹

B. Efektifitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam konstalasi politik pilkada Gowa tahun 2015

Komunikasi politik pada dasarnya merupakan bagian dari, dan dipengaruhi oleh budaya politik suatu masyarakat. Pada saat yang sama komunikasi politik juga dapat melahirkan, memelihara, dan mewariskan budaya politik, sehingga dengan memperhatikan struktur pesan serta pola-pola komunikasi politik yang diperankannya, maka dapat dianalisis budaya politik suatu masyarakat. Menurut Rush dan Althoff (1997), komunikasi politik – transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian system politik kepada system politik yang lain, dan antara system social dengan system politik – merupakan unsur dinamis suatu system politik, dan proses sosialisasi, partisipasi, serta rekrutmen politik bergantung pada komunikasi. Kegiatan komunikasi politik di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari proses politik nasional yang menjadi latar kehidupannya. Komunikasi politik di Indonesia secara umum masih diwarnai oleh watak eufemisme dalam beberapa hal dapat menghambat keterbukaan. Eufemisme memang tidak selalu berarti menutup-

³¹ Hasrullah S.IP, tim sukses dalam Pilkada Kabupaten Gowa tahu 2015, *Wawancara*, Gowa, 2 Mei 2016

nutupi atau “menghaluskan”, karena merupakan bagian dari santun berkomunikasi yang ada pada setiap masyarakat.

Komunikasi politik adalah pertukaran informasi antara elite politik bangsa media dengan warga Negara. Istilah kunci dalam komunikasi politik: symbol-simbol politik dan bahasa, elite pers, public, proses politik, efek potensial dan actual, regulasi konflik dan fungsi system politik (Sharon E. Jarvis dan Soo Hye Han, dalam sumartias,2009). Komunikasi yang sehat terjadi dalam alam demokrasi, ketika pemerintahan dibentuk dan diberi wewenang melalui kedaulatan rakyat melalui suasana kebebasan dalam menyalurkan aspirasi, pendapat serta menjunjung tinggi hak-hak asasi rakyatnya.³²

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Asriadi Arasi S.T, selaku ketua komisi IV partai demokrat mengatakan bahwa

“Dalam pilkada Gowa tahun 2015, Komunikasi politik sebagai elektabilitas penduduk, pemilihan tersebut pasangan calon bupati Andi Maddusila Andi Ijo jauh diatas calon lainnya, berada diposisi 40 %, tingkat partisipasi masyarakatnya masih rendah, ada beberapa tipekal sehingga merosot dari calon-calon yang lain. Fungsi peran pemerintah melihat ke salah satu pasangan calon legislatif, tidak ada kaidah, politik itu tidak bersih, wajar kalau politik seperti itu, tergantung yang sekarang mampu menyatu dan mengawasi infrastruktur. Kita hanya bisa dapat menyampaikan tidak bisa membuktikan, diberi buktipun tidak mampu karena dibatasi dengan banyak hal, pelaporan dianggap.”³³

³² Deddy Mulyana, *Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), hal 413-415

³³ Asriadi Arasi S.T, Ketua Komisi IV partai demokrat, *Wawancara*, Gowa, 10 Mei 2016.

Karena itu, jika demokrasi mensyaratkan adanya relasi-relasi kekuasaan yang berkualitas antara rakyat dengan penguasa, maka komunikasi politik menjadi faktor yang menentukan wujud demokrasi tersebut. Sebab sistem politik sendiri tidak dapat beroperasi dengan baik tanpa adanya dukungan massa yang sikap dan perilaku politiknya digerakkan oleh kekuatan pesan-pesan yang tersosialisasi melalui kegiatan komunikasi politik. Oleh karena itu, komunikasi adalah transmisi pesan dari suatu sumber kepada penerima. Selama 60 tahun, pandangan tentang komunikasi ini telah didefinisikan melalui tulisan ilmuwan politik Harold Lasswell (1948). Beliau mengatakan bahwa cara yang paling nyaman untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini: siapa?, berkata apa?, melalui saluran apa?, kepada siapa?, dengan efek apa?. Komunikasi membutuhkan respon dari orang lain. Oleh karena itu, harus ada keadaan berbagai makna (atau korespondensi) agar komunikasi dapat terjadi.³⁴

Efektivitas media sosial tidak hanya karena jumlah penggunanya yang masif. Karakteristik media sosial sendiri juga merupakan kekuatan. Media sosial adalah sarana untuk komunikasi di mana setiap individu saling memengaruhi. Setiap orang memiliki pengaruh ke sekelilingnya. Di dalam ruang media sosial hanya informasi yang sesuai fakta yang berharga. Untuk mencapai keyakinan bahwa informasi itu sesuai fakta, sering kali muncul perdebatan. Dalam berbagai hal yang menarik perhatian publik terjadi tesis yang dilawan oleh argumen antitesis. Keajaiban sering kali muncul di media sosial berupa tercapainya sintesis. Tidak perlu ada

³⁴ Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta: Erlangga), Hal 5-6

seseorang yang menyimpulkan, tapi dari perdebatan tersebut sering kali muncul "kesepakatan sunyi" di antara pihak-pihak yang berdebat beserta para "pendengarnya".

Begitu berkuasanya media massa dalam mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku penduduk, sehingga Kevin Phillips dalam buku *Responsibility in Mass Communication* mengatakan, bahwa era sekarang lebih merupakan *mediacracy*, yakni pemerintah media, daripada *democracy*, pemerintah rakyat. Berbeda dengan di Negara-negara demokrasi liberal, di mana media massa- baik media elektronik maupun media cetak- kebanyakan dimiliki perseorangan (private enterprise), di Indonesia yang bersistem demokrasi pancasila terdapat keseimbangan: jaringan radio dan televisi dikelola oleh pemerintah, pers yang kebanyakan independen merupakan lembaga kemasyarakatan. Politik komunikasi pemerintah yang dilaksanakan melalui media massa senantiasa menjaga keseimbangan pula antara derasnya informasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas secara timbal balik. Dalam hubungan dengan demokratisasi komunikasi ini, kalau kita kaji situasi di Indonesia, dari sekian banyak jenis media massa adalah pers yang paling berperan karena berfungsi sebagai penyalur pikiran dan perasaan masyarakat. Komunikasi politik bukan hanya sekedar proses penyampaian suatu pesan politik oleh seorang kepada orang lain.³⁵

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, dengan Bapak Muhammad Nur Ashar S.H, M.H. selaku tim pemenang pasangan calon legislative mengatakan bahwa

³⁵ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), Hal 158-159

“Tingkat elektabilitas calon dalam pilkada tersebut bagaimana cara melihat siapa pasangan calon yang lebih memiliki suara terbanyak, karena tingkat pemilih dari tahun 2009 mengalami peningkatan, dan tahun 2015 naik 50%, peran pemerintah dalam hal ini banyak pelanggaran yang dilakukan oleh institute pemerintah.”³⁶

Peristiwa-peristiwa komunikasi massa kadang-kadang membutuhkan usaha yang dilakukan beratus-ratus orang, berbulan-bulan persiapan dan berjuta-juta dollar. Di amerika media massa biasanya ingin memperoleh keuntungan, dan sebagian besar keuntungan tersebut akan diperoleh dari pemasang iklan. Di negeri ini periklanan sangat menominasi komunikasi massa. Dan tentu saja kesadaran tentang sejauh mana periklaan menopang media massa mempengaruhi kredibilitas komunikatornya di mata khalayaknya.³⁷

Tak pelak lagi komunikasi melalui media massa dapat menembus kehidupan kita. Kita mendengarkan radio siaran ketika mengendarai mobil atau tinggal di rumah, membaca surat kabar pada pagi dan sore hari, menonton televisi pada malam hari, walaupun motif kita menerapkan diri pada isi media massa yang dapat meningkatkan kualitas profesinya, di samping membaca berita –berita atau artikel ringan. Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi, kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan

³⁶ Muhammad Nur Ashar S.H, M.H, Tim Pemenang pasangan calon legislatif, *Wawancara*, Gowa, 15 Mei 2016.

³⁷ Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication konteks-konteks Komunikasi*. (PT remaja Rosdakarya), hal 110-111

fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa.³⁸

Perkembangan yang semakin cepat di bidang teknologi komunikasi menyebabkan pengaruh yang besar terhadap kegiatan penyebaran informasi atau gagasan. Ini berarti pula berpengaruh besar terhadap kegiatan hubungan masyarakat. Media massa sangat membantu kegiatan hubungan masyarakat. Dengan menggunakan media massa ini penyebaran informasi bukan saja sangat luas tetapi juga cepat dan serentak.³⁹

Media, dengan publisitas, pemasangan iklan dan ulasan beritanya, juga memiliki kemampuan yang kuat untuk secara langsung mempengaruhi meningkatnya jumlah dana dalam suatu kampanye politik. Begitu penting dan besarnya peran berita atau ulasan-ulasan media dalam suatu pemilihan umum, maka baik staf maupun kandidat politik sebenarnya telah menjadi media itu sendiri.

Media sosial dalam komunikasi politik pilkada Gowa tahun 2015 dilihat dari beberapa grup dalam facebook efektif atau tidak ?, disini bisa dikatakan efektif karena media sosial seperti facebook kita dapat bersosialisasi dengan masyarakat serta menjalin hubungan lebih dekat dengan rakyat melalui jejaring sosial serta cara mudah untuk mengenal calonnya admin pembuat grup memudahkan komunikasi-komunikasi untuk mengetahui lebih jauh calon yang dia akan pilih dan bisa dikatakan

³⁸ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlinah. *Komunikasi Massa*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hal 12-14

³⁹ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: Bumi Aksara), hal 76

juga tidak efektif karena masih banyak orang menyalahgunakan media sebagai salah satu cara untuk saling menghujat atau membantai dan salah satu cara yang membuat grup masing-masing calon mempengaruhi masyarakat untuk mempropaganda, bagaimana masyarakat tercuci otaknya untuk ikut salah satu calon.

Gerakan atau kegiatan politik dengan memanfaatkan sosial media juga kini banyak di gunakan oleh para politisi di Indonesia, seperti pada saat pilkada di Gowa, media sosial memang cukup efektif dalam Pemilu Kabupaten Gowa tahun lalu membuktikan hal itu sehingga wajar parpol dan caleg memanfaatkannya. Hal itu akan sangat bergantung pada tingkat perkembangan teknologi dan informasi di suatu daerah. Hal yang perlu diantisipasi sebetulnya adalah terkait akses negatif dari penggunaan media social, Oleh karena itu, penyimpangan tersebut harus mendapat perhatian serius dari KPU dan pemerintah, khususnya dari divisi "*cyber crime*" Mabes Polri guna mengungkap pelaku kampanye hitam yang selama ini sering dilakukan setiap kali pemilu dilaksanakan.

Kabupaten Gowa juga dikenal sebagai pengguna sosial media terbesar menjelang pilkada, oleh karena itu banyak orang yang menyalahgunakan media tersebut sebagai ajang perdebatan antar calon legislatif. Tentunya media massa juga memiliki sisi positif dan negatif, contoh paling dekat yang bisa kita gunakan untuk sisi positifnya adalah pemberitaan secara terbuka, dan untuk yang negatifnya media masa bisa digunakan untuk pencitraan yang sedang marak akhir-akhir ini.

Berdasarkan hasil wawancara oleh Ibu Lisdawati, S.Pd, selaku tim pemenang mengatakan bahwa :

“Efektifitas komunikasi politik dilihat dari bagaimana media berperan dalam pilkada Gowa, dilihat dari grup pilkada dalam facebook bisa dikatakan sangat efektif dan tidak efektif karena dengan adanya media tersebut masyarakat yang mempunyai sosial media bisa mendapatkan info tentang bagaimana pilkada Gowa tersebut dan mungkin juga masyarakat yang tidak mempunyai media sosial tidak dapat mengetahui perkembangan pilkada Gowa tersebut.”⁴⁰

Dari beberapa grup di facebook, faktor menangnya Adnan Kio dilihat dari media sosial contohnya admin yang terbanyak yaitu dari tim sukses Adnan Kio, karena rata-rata dari beberapa grup tim sukses dari kandidat tersebut yang terbanyak, adapun faktor-faktor lain yang membuktikan bahwa menangnya Adnan, tidak hanya dilihat dari media sosial tapi juga dilihat dari popularitasnya rata-rata memang banyak yang nyata bahwa jumlah pendukungnya terbilang diatas dari kandidat yang lain. Selain daripada itu Adnan Kio juga memiliki kekayaan yang lebih dibandingkan kandidat lain, faktor terbesarnya juga datang dari keluarga seperti diketahui bahwa Adnan Kio anak dari Gubernur Syahrul Yasin Limpo, seorang Politikus Indonesia dan mantan bupati sebelum menjabat Gubernur Sulawesi Selatan, beliau pernah menjabat bupati di Kabupaten Gowa selama dua periode dan wakil Gubernur satu periode, itulah beberapa alasan mengapa Adnan Kio pada akhirnya terpilih sebagai Bupati Gowa pada periode 2015-2020.

⁴⁰ Lisdayanti, S.Pd. , tim sukses dalam Pilkada Kabupaten Gowa tahun 2015, Wawancara, Gowa, 22 Mei 2016



A. Kesimpulan

Terdapat beberapa kesimpulan dari hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

Pola komunikasi yang terjadi dalam media media facebook adalah komunikasi dua arah/ interaktif dan secara realtime. Dalam kampanye politik, kandidat bisa saling berhubungan langsung dengan khalayak melalui tulisan di wall atau forum diskusi lainnya yang bisa di koment oleh tiap orang. Selain

menyampaikan visi misi kandidat dalam kampanye kepada orang lain, facebook juga bisa menjadi sarana menjaring aspirasi masyarakat karena bisa disampaikan secara langsung. Facebook juga bisa dimanfaatkan sebagai pengenalan diri dan membangun tali persahabatan dengan siapa saja (khususnya antara kandidat dan khalayak).

Pemanfaatan media sosial berperan besar dalam Pemilihan Bupati Gowa, Masing-masing tim sukses calon presiden beradu strategi kampanye melalui internet, terutama media sosial. Namun pemanfaatan media sosial untuk kampanye politik ternyata belum merata, nampaknya belum bisa mengoptimalkan manfaat internet dan media sosial. Padahal media sosial ini selain sebagai sarana bersosialisasi atau pemasaran secara *online*, bisa dimanfaatkan pula sebagai alat kampanye politik yang terbilang praktis.

B. Implikasi

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Kita melihat seksama dalam pemilukada Kabupaten Gowa bagaimana lebih efektif kedepan untuk saling menjaga dan mengawal demokrasi yang sehat dalam sosial media maupun di lapangan langsung.

Menyaring setiap berita yang masuk, media harus bisa mempertimbangkan mana berita yang layak diberitakan dan berita yang perlu dilakukan revisi terlebih dahulu, karena berita dengan sumber yang tidak pasti dapat menuai perbedaan pendapat yang

membuat ricuh, terlebih disaat era digitalisasi seperti ini sangat banyak berita yang masuk. Media harus membuat inovasi di era digital ini agar berita dapat diakses hingga masyarakat pelosok, karena berita merupakan hal seluruh masyarakat untuk mengetahuinya.



Al – Qur'an, Al-Karim

Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. *Komunikasi Massa* . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Budiardjo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Cangara,Hafied.*Komunikasi politik,konsep,teori dan strategi*.Rajawali 2009.

Harsono Suwardi,MA.*Realitas Politik Dalam Media Massa*.

Hardiman, Budi F. Ruang public Melacak "*partisipasi demokratis dari polis sampai cyberrspase*". Jl. Cempaka 9 Deresan, Yogyakarta 55281, Indonesia 2010.

H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hasrullah, *Megawati dalam Tangkapan Pers*. Yogyakarta: Lkis.

Henry Subiakto – Rachma Ida, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jl. Tambora Raya No. 23 Rawamangun. Jakarta 13220.

Nur Salam A.S, "*Peranan Media Massa Sebagai Sarana Komunikasi Politik di Daerah Tingkat II Gowa*", Skripsi, 1999. Di akses 12-03-2016

Oetama, Jakob. *Sejarah social media*. Jakarta Yayasan Obor Indonesia 2006.

Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.

Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. alih bahasa – Arif Furcham (cet-1. Usaha Nasional. Surabaya – Indonesia : 1992).

Rivers, wiliam L. Theodore Peterson, Joy W. Jensen. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana 2003.

Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa*. Erlangga: Jakarta.

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: PT remaja Rosdakarya.

Zelfiah, "*Dampak Propaganda Media Massa Amerika Serikat Terhadap Opini Publik di Indonesia*", Skripsi, 2002 di akses 12-03-2016



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat hanya dilibatkan dalam partisipasi politik sebatas keterlibatan mereka di dalam pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah saja .tentunya partisipasi ini hanya termasuk ke dalam definisi partisipasi yang minimal.Selepas pemilu biasanya masyarakat tidak lagi diharapkan ikut serta dalam partisipasi politik karena peran mereka sudah diwakilkan oleh wakil rakyat yang mereka pilih dalam pemilu.

Persoalan muncul ketika wakil rakyat yang mereka pilih melalui mekanisme pemilu tadi ternyata tidak amanah artinya wakil rakyat berjalan tidak konsisten dengan apa yang mereka janjikan pada saat kampanye sehingga perilaku politik elit tidak sinkron dengan aspirasi konstituennya. Ada kesenjangan antara masyarakat dengan elit politik sehingga komunikasi politik yang ada menjadi sangat minim.¹

Gejala yang lain dapat terlihat dari mulai banyaknya angka golongan putih (golput) di dalam pemilu. Sejumlah pihak memaknai naiknya jumlah masyarakat yang memutuskan untuk tidak berpartisipasi dalam pemilihan umum sebagai salah satu bentuk ketidakpercayaan mereka terhadap wakil rakyat atau elit politik tidak cukup representative dalam membela atau mewakili suara politik masyarakat.Ketika

¹ Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 46.

masyarakat tidak lagi terlalu antusias untuk berpartisipasi dalam saluran politik semacam pemilihan umum, maka mereka menjadi kehilangan saluran dalam komunikasi politik. Masyarakat menjadi kebingungan di dalam memikirkan bagaimana caranya agar suara dan aspirasi mereka di dengar atau setidaknya dapat tersalurkan ke ranah public. Masyarakat butuh medium yang mana kepentingan politik mereka mendapatkan tempat untuk menjadi diskursus. Untuk itu masyarakat berupaya mencari saluran komunikasi politiknya.

Wikipedia secara definitive menjelaskan media social adalah media jejaring menggunakan internet sebagai basis, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi ,berbagai informasi,menyampaikan pesan , member komentar terhadap masukan dari pesan yang ditulisnya, dan seterusnya. Dan semua hal tersebut dilakukan tanpa hambatan jarak dengan waktu yang sangat cepat. Rhenald kasali dalam bukunya berjudul Cracking Zone mengungkapkan para pelaku jejaring social saling membentuk opini , mengekspresikan diri, mencari kawan ,saling memberikan informasi kejadian – kejadian sehari – hari, merekomendasikan produk atau jasa yang mereka gunakan dan lain sebagainya salah satu jejaring sosial yang sangat populer saat ini adalah facebook – facebook yang dibuat pertama kali oleh Mark Zukerberg, adalah media social yang memiliki keunggulan factor psikologis yang membuat pengguna merasa eksistensinya terakui, sebagai media tradisi berkumpul atau

berkomunitas , kemampuan pemuatan foto yang dapat ditandai (tag) ,mengungkapkan isi pikiran (status) dan lain sebagainya.²

Dilihat dari penggunaanya Indonesia menempati posisi tertinggi dari berbagai jejaring sosial media yang ada saat ini, pengguna facebook di Indonesia menempati posisi 3 di seluruh dunia.Karena kekuatannya tersebut maka facebook menjadi alat yang efektif bagi pemasar maupun produsen dalam mengenali konsumennya, bahkan dijadikan alat untuk menawarkan produk – produk terbaru mereka. Dengan menggunakan jejaring social facebook , produsen atau pemasar dapat memantau aktifitas calon konsumen mereka yang tergabung dalam kantung – kantung komunitas online . komunitas – komunitas on line tersebut berkumpul beraktifitas melalui fitur – fitur grup yang telah disediakan oleh facebook, atau yang terhubung (link) dengan facebook. Dengan memantau aktifitas grup atau komunitas tersebut maka pemasar atau produsen dapat menangkap aspirasi dari calon konsumen yang berhubungan dengan keunggulan.

Media sosial merupakan salah satu media online dimana para penggunaanya dapat ikut serta dalam mencari informasi,berkomunikasi dan menjaring pertemanan, segala fasilitas dan aplikasi yang dimilikinya seperti blog, facebook dan twitter.Kehadiran media sosial telah membawa pengaruh tersendiri terhadap kegiatan yang dilakukan oleh manusia saat ini.Dalam media pemasaran sebagai situs jejaring, sosial media memiliki peran penting dalam pemasaran.

²Jurnal.usm Diakses tgl 24 november 2015

Hal ini disebabkan, sosial media dapat memainkan peran komunikasi .Karena komunikasi menurut morrisan merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau *image* yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan. Pada *E-commence* menurut Zarella, sosial media adalah paradigma media baru tradisional seperti TV,radio dan Koran memfasilitasi komunikasi atau arah sementara media sosial komunikasinya dua arah dengan mengijinkan setiap orang dapat mempublikasikan dan berkontribusi lewat percakapan online. Dalam mediasi komunitas jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bias membuat *web page*pribadi ,kemudian terhubung dengan teman – teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. dalam periklanan dengan memantau aktifitas grup atau komunitas tersebut maka pemasar atau produsen dapat menangkap aspirasi dari calon konsumen yang berhubungan dengan keunggulan.³

Pemberitaan di media massa pada dasarnya adalah cerminan realitas. Gambaran dari realitas suatu masyarakat dapat terlihat dari pemberitaan di media. Ketika media massa banyak memberitakan tentang konflik dn kekerasan maka hal ini merupakan refleksi bahwa memang pada masyarakat tersebut banyak terjadi konflik dan kekerasan.

Media hadir sebagai bagian dari kehidupan manusia. Kehadiran dan perkembangan internet membawa pada cara baru bagaimana manusia berkomunikasi

³Cangara,Hafied.*Komunikasi Politik, Konsep, Teori Dan Strategi*.Rajawali 2009.

dalam kehidupan sosial. Media sosial hadir dan merubah paradigma komunikasi masyarakat saat ini .komunikasi dalam media sosial tidak lagi dibatasi oleh jarak ,waktu dan ruang. Komunikasi bisa terjadi dimanapun ,kapanpun tanpa harus bertatap muka, bahkan media sosial bisa menghilangkan status sosial yang sering menjadi batasan dalam berkomunikasi.

Dalam konteks Indonesia ,masih dapat ditemukan banyak pemberitaan tentang konflik di dalam masyarakat baik yang bersifat konflik horizontal maupun konflik yang bersifat politis. Hal semacam ini dapat dimaknai sebagai akibat dari system politik yang ada yang dianggap sebagai mengalami persoalan .padahal ,disisi lain system politik di Indonesia sudah tidak lagi bersifat otoriter sebagaimana era Soeharto. memasuki fase reformasi pasca runtuhnya rezim orde baru juga menandai bahwa system politik maupun system pers di Indonesia memasuki era yang lebih terbuka. Tapi di lain pihak era keterbukaan seperti ini tidak menjadikan sistem politik dan sistem pers yang lebih demokratis pula. Media massa yang mengangkat pemberitaan tentang konflik dan kekerasan yang pada masa orde baru tidak banyak nampak di permukaan justru menjadi hal yang sangat lumrah terjadi pada era reformasi saat ini .

Maraknya konflik juga dipahami sebagai salah satu akibat dari semakin berjaraknya antara elit politik dengan masyarakat.Sistem politik yang ada tidak menjadikan saluran – saluran – saluran komunikasi politik berjalan secara sehat .masyarakat kehilangan saluran untuk berkomunikasi dan menyampaikan suara dan aspirasi politiknya dalam usaha untuk menciptakan tatanan politik dan masyarakat yang

demokratis .konflik dan kekerasan untuk itu menjadi semacam saluran komunikasi masyarakat.Internet telah menyatukan dunia seakan-akan dunia tidak mempunyai batas lagi. Apabila dulu seseorang di Indonesia mengirim surat ke seseorang di Amerika Serikat butuh waktu dua-tiga minggu hingga surat itu diterima, sekarang ini lewat email atau situs jejaring sosial surat elektronik itu langsung diterima oleh yang bersangkutan. Internet juga sudah dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis sehingga seseorang dapat melakukan belanja atau transaksi online lewat Internet.Internet telah mengubah banyak hal dalam kehidupan umat manusia.Internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat di sebagian besar belahan bumi.

Media massa juga dikritik karena seharusnya mereka melakukan fungsi agenda setting dalam hal ini, maksudnya,media seharusnya menjalankan peran sebagai pihak yang mendorong masyarakat untuk berpikir cerdas dan mampu menganalisa untuk kemudian mengkritisi maraknya fenomena konflik dan kekerasan di dalam masyarakat itu sendiri. Berita konflik untuk itu tidak dijadikan komoditi media sebagai sensasi semata.

Teknologi sangat berpengaruh terhadap perkembangan media massa hingga saat ini, munculnya internet yang memicu kemunculan situs-situs, serta media komunikasi sosial, yang dapat menyampaikan informasi dan juga mendapatkan informasi secara lebih mudah. Perkembangan komunikasi khususnya di Indonesia terasa seakan menjadi lebih mudah seiring perkembangan teknologi ini.Dalam konsep public sphere dari jurgen habermas, media massa juga dimaksudkan berlaku sebagai ruang public. Media menjadi sebuah ruang diskusi dimana segala macam suara dan

aspirasi masyarakat dapat tersalurkan. Untuk itu, masyarakat dapat menjadi media massa sebagai saluran komunikasi politik alternative, juga dapat mempengaruhi perilaku memilih, masyarakat. Secara luas, media lebih cenderung menguatkan tujuan – tujuan yang ada dalam pengumutan suara daripada merubahnya. Peran utama media dalam suatu pemilihan umum ialah memfokuskan perhatian masyarakat pada kampanye yang sedang berlangsung serta berbagai informasi seputar kandidat dan isu politik lainnya. Walaupun mungkin tidak memberdampak langsung untuk merubah perolehan jumlah suara, namun media tetap mampu mempengaruhi banyaknya suara yang terjaring dalam suatu pemilu. Secara implicit, masyarakat membuat suatu penilaian terhadap pihak maupun acara yang ditempuh untuk memenangkan pemilihan, atau isu – isu panas yang diperdebatkan. Penilaian personal yang dipengaruhi kuat oleh media ini diam – diam bisa berdampak pada pengurangan jumlah suara bagi pihak yang kalah.

Politik sangat erat hubungannya dengan media, karena salah satu tujuan media yakni untuk membentuk pendapat umum mengenai berbagai hal, terutama hal politik. Ketika pendapat umum tersebut dapat ter ‘set’ seperti yang diinginkan media, pada saat itulah yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu media. Antara dunia politik praktis dengan media terjalin hubungan yang saling membutuhkan dan bahkan saling mempengaruhi.

Media massa dengan fungsi persuasive yang mampu membentuk pendapat umum dan mampu mempengaruhi opini masyarakat terhadap isu-isu politik yang sedang berkembang. Merrill dan Lowenstein mengungkapkan bahwa media

massa(surat kabar) tunduk pada system pers, dan system pers sendiri tunduk pada sistem politik yang ada. artinya, dalam memberikan informasi kepada masyarakat atau dalam penyampaian pesan, surat kabar harus berada dalam lingkaran regulasi. cara – cara media menampilkan peristiwa – peristiwa politik dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dan aktor politik mengenai perkembangan politik. Keikutsertaan media dalam mengubah sistem politik dengan melalui yang ditetapkan.

Adapun ayat yang terkait tentang media social sebagai komunikasi politik yaitu :

QS. AL – Nahl/16:90

حَشَاءَ عَنْ وَيَنْهَى الْقُرْبَىٰ ذِي وَايْتَايِ وَلَا حَسَنٍ بِالْعَدْلِ يَا مُرُّ اللَّهِ إِنَّ

تَذَكَّرُونَ لَعَلَّكُمْ يَعِظُكُمْ وَالْبَغْيِ وَالْمُنْكَرَ الْف

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”⁴

QS. Al – Mumtahanah/ :8

تَبَرُّوهُمْ أَنْ دِيرَكُمْ مِّنْ تُخْرِجُوهُمْ وَلَمْ آلِدِينَ فِي يُقْتَلُواكُمْ لَمْ آلِدِينَ عَنْ اللَّهِ يَنْهَكُمْ لَا

الْمُقْسِطِينَ حُبُّ اللَّهِ إِنَّ إِلَيْهِمْ وَتُقْسِطُوا

⁴Kementrian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (CV. Toha Putra, 19890), H.129

Terjemahnya :

*“Allah tidak melarang kamu untuk berbuat baik dan berlaku adil terhadap orang-orang yang tiada memerangimu Karena agama dan tidak (pula) mengusir kamu dari negerimu. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berlaku adil.”*⁵

Di dalam hadis juga dijelaskan bagaimana Kejujuran adalah modal yang paling mendasar dalam sebuah kepemimpinan

حَدَّثَنَا شَيْبَانُ بْنُ فَرُّوخَ، حَدَّثَنَا أَبُو الْأَشْهَبِ، عَنِ الْحَسَنِ، قَالَ: عَادَ عُبَيْدُ اللَّهِ بْنُ زِيَادٍ مَعْقِلَ بْنَ يَسَارٍ الْمُزَنِّيَّ فِي مَرَضِهِ الَّذِي مَاتَ فِيهِ، قَالَ مَعْقِلٌ: إِنِّي مُحَدِّثُكَ حَدِيثًا سَمِعْتُهُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، لَوْ عَلِمْتُ أَنَّ لِي حَيَاةً مَا حَدَّثْتُكَ، إِنِّي سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: «مَا مِنْ عَبْدٍ يَسْتَرْعِيهِ اللَّهُ رَعِيَّةً، يَمُوتُ يَوْمَ يَمُوتُ وَهُوَ غَاشٌّ لِرَعِيَّتِهِ، إِلَّا حَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِ الْجَنَّةَ»⁶

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Syaiban bin Farruh telah menceritakan kepada kami Abu Al Ayshab dari Hasan dia berkata, "Ubaidullah bin Ziyad menjenguk Ma'qil bin Yasar Al Muzanni ketika dia sedang sakit yang mengantarkan kepada kematiannya, maka Ma'qil lalu berkata, "Sungguh saya akan menceritakan kepadamu suatu hadits yang pernah saya dengar langsung dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, sekiranya saya masih hidup lama niscaya tidak akan saya ceritakan hal ini kepadamu. Sesungguhnya saya pernah mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tidaklah seorang pemimpin yang Allah serahi untuk memimpin rakyatnya, ketika meninggal dalam keadaan menipu rakyatnya, melainkan Allah akan mengharamkan surga untuknya. (HR. Muslim).

Dalam hadis di atas menjelaskan bahwa kejujuran adalah modal yang paling mendasar dalam sebuah kepemimpinan. Tanpa kejujuran, kepemimpinan ibarat

⁵Kementrian Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya* (CV. Toha Putra, 19890), H.129

⁶Muslim ibn al-H{ajja>j al-H{asan al-Qusyai>riy al-Naisa>bu>riy, S{ah}ih} Muslim, Juz I, (Beirut: Da>r Ih}ya> al-Turas\ al-‘Arabi> t.th), h. 125.

bangunan tanpa fondasi, dari luar nampak megah namun di dalamnya rapuh dan tak bisa bertahan lama. Begitu pula dengan kepemimpinan, bila tidak didasarkan atas kejujuran orang-orang yang terlibat di dalamnya, maka jangan harap kepemimpinan itu akan berjalan dengan baik. Namun kejujuran di sini tidak bisa hanya mengandalkan pada satu orang saja, kepada pemimpin saja misalkan. Akan tetapi semua komponen yang terlibat di dalamnya, baik itu pemimpinnya, pembantunya, staf-stafnya, hingga struktur yang paling bawah dalam kepemimpinan ini, semisal tukang sapunya, harus menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran. Hal itu karena tidak sedikit dalam sebuah kepemimpinan, atau sebuah organisasi, terdapat pihak yang jujur namun juga terdapat pihak yang tidak jujur. Bila pemimpinnya jujur namun staf-stafnya tidak jujur, maka kepemimpinan itu juga akan rapuh. begitu pula sebaliknya.

Penggunaan internet sebagai media kampanye dalam pemilihan bupati di Gowa hal ini dikarenakan mayoritas dari pengguna internet cenderung lebih berani dalam mengungkapkan aspirasinya karena tidak langsung berhadapan dengan orang yang bersangkutan, disamping itu internet dinilai sebagai media cerdas yang relative ekonomis, sehingga dapat mengurangi biaya kampanye seperti contohnya media sosial facebook, masyarakat cenderung menggunakan media tersebut sebagai ajang kampanye saat sekarang ini.

Begitu pula yang terjadi di Gowa, Kampanye politik selama ini hanya dilihat sebagai suatu proses interaksi intensif dari partai politik kepada publik dari kurun waktu tertentu menjelang pemilihan umum. Dalam definisi ini, kampanye politik adalah periode yang diberikan oleh panitia pemilu kepada semua kontestan, baik

partai politik maupun perseorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan. Selama ini banyak kalangan yang hanya mengartikan kampanye politik sebagai kampanye pemilu. Pemahaman sempit tentang kampanye politik ini membuat semua partai politik dan kontestan individu memfokuskan diri pada periode kampanye pemilu belaka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Bagaimana bentuk pemanfaatan media sosial dalam pemilihan bupati di Kabupaten Gowa Tahun 2015 ?
2. Bagaimana efektivitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam meningkatkan elektabilitas calon pada pilkada Gowa tahun 2015 ?

C. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan dan memperoleh informasi yang akurat sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bentuk pemanfaatan media sosial facebook dalam pemilihan bupati Kabupaten Gowa tahun 2015.
- b. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam meningkatkan elektabilitas calon pada pilkada Gowa tahun 2015.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah antara lain :

a. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca untuk menambah wawasan dan informasi mengenai peranan media sosial di Kabupaten Gowa.

b. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menjelaskan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian mengenai peranan media sosial sebagai ruang public politik.

D. Kajian pustaka

Sepanjang penelusuran penulis mengenai judul ini, adapun judul yang hampir serupa yang ditulis oleh:

1. Zhelfiah dengan judul “Dampak Propaganda Media Massa Amerika Serikat terhadap opini public di Indonesia” mengenai propaganda media massa Amerika Serikat adalah suatu upaya untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasi representasinya yang bersifat konsisten dan terus menerus yang dilakukan oleh media massa di Amerika Serikat untuk menciptakan atau membentuk peristiwa – peristiwa guna mempengaruhi hubungan public terhadap suatu usaha atau kelompok. Adapun dampak propaganda media massa yang dilancarkan mempengaruhi public di Indonesia dibagi menjadi dua bentuk yaitu politik dan seni budaya : adapun dampak

yang bersifat politik yang meliputi pencitraan buruk mereka kuasai dengan tujuan membentuk opini publik bahwa islam identic dengan kekerasan dan terorisme dan gerakan islam yang bersikap tegas dan memperlihatkan perlawanannya terhadap barat adalah gerakan teroris dampak yang ditimbulkan dari bentuk ini berupa pembubaran organisasi atau pergerakan islam serta penangkapan para aktifis islam. Interfensi kebijakan, menekan pemerintah Indonesia untuk bersikap tegas kepada gerakan – gerakan islam dalam negeri. Sedangkan dampak di bidang budaya meliputi infiltrasi pemikiran melalui televise, radio, dan film – film, iklan – iklan yang menjual gaya hidup, gaya aktris terkenal yang intinya mengajarkan pola hidup konsumtif dan materialism guna menyimpan pola pikir dan bahkan mengoyahkan akidah islam.⁷

2. Seperti halnya hasil penelitian yang ditulis oleh Misliyah salah satu mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Komunikasi politik melalui media massa pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi dalam pilkada walikota bekasi periode 2008-2013” mengenai bagaimana sosialisasi politik dan komunikasi politik pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sosialisasi komunikasi politik melalui media massa pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi dalam pilkada walikota Bekasi Periode 2008-2013, dan berusaha menjelaskan faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat yang didapati oleh pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi dalam pilkada walikota Bekasi. Kegiatan sosialisasi politik Mokhtar

⁷Zelfiah, “*Dampak Propaganda Media Massa Amerika Serikat Terhadap Opini Publik di Indonesia*”, Skripsi, 2002

Mohammad – Rahmat Efendi banyak menggunakan media massa, baik media massa cetak dan media elektronik. Perana media massa dalam mensosialisasikan figure pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi, visi misi dan program kerja mereka sangat efektif dan faktor pendukung pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi pada pilkada Bekasi periode 2008-2013 terdiri dari beberapa faktor, keberhasilan publisitas melalui media massa, didukung oleh sejumlah partai – partai besar, sedangkan faktor yang menjadi penghambat oleh pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi adalah *black campaign* (kampanye gelap), munculnya sejumlah masalah dan berbagai kecurangan di lapangan, masih tingginya fenomena golput pada masyarakat.⁸

3. Adapun skripsi lain yang penulis temukan, Skripsi yang ditulis oleh Nur salam A.S dengan judul “Peranan Media Massa Sebagai Sarana Komunikasi Politik di Daerah Tingkat II Gowa” mengenai tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan media massa sebagai sarana komunikasi politik yang dapat meningkatkan pengetahuan politik masyarakat dan membentuk pandangan atau sikap politik masyarakat di bidang politik. Metode penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif dengan dasar survey serta penentuan sampelnya secara purposive sampling. Adapun teknik pengumpulan data dengan cara penelitian pustaka dan penelitian lapangan melalui wawancara dan menyebarkan daftar pertanyaan (quesioner), sedangkan teknik analisa datanya secara kualitatif. Hasil penelitian

⁸<http://repository.uinjkt.ac.id/> skripsi Misliyah diakses tgl 6 februari 2016 pukul 22.00

menunjukkan bahwa sebagai sarana komunikasi politik media massa dapat menyampaikan dan menampilkan informasi sehingga dapat meningkatkan pengetahuan politik masyarakat, membentuk pandangan dan sikap politik, khususnya masyarakat di Kabupaten Gowa. Dalam penelitian ini penulis lebih spesifik pada media massa “Televisi” karena mempunyai kelebihan dibandingkan dengan media lainnya, disamping faktor – faktor yang telah disebutkan di atas. Berbeda dengan penelitian ini, penulis lebih mengarah kepada media social facebook.⁹

4. James R Situmorang mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan dengan judul “pemanfaatan internet sebagai media dalam bidang politik,bisnis, pendidikan dan sosial budaya” mengenai bagaimana cara pemanfaatan internet dalam bidang politik, bisnis pendidikan dan sosial budayamedia baru adalah istilah yang digunakan untuk membedakannya dengan media lama. Garisantaramedia baru dengan media lama sulit untuk menentukan dengan pasti karena tergantungpada perspektif seseorang . Internet dapat dianggap sebagai awalera media baru karena internetsangat berbeda dari media sebelumnya . Padamulai , aplikasi di Internet hanya Situs Web dan e -mail . Setelah itu datangberbagai aplikasi baru atau media baru seperti blog , situs jejaring sosial,situs berbagi video , game online , konferensi video dan lain-lain . Batas artikel inipemanfaatan internet dalam politik , bisnis , pendidikan dan sosial budaya .

⁹Nur Salam A.S, “*Peranan Media Massa Sebagai Sarana Komunikasi Politik di Daerah Tingkat II Gowa*”, Skripsi, 1999.

Itu Alasan adalah bahwa empat bidang tersebut telah memanfaatkan hampir semua media baru pada Internet.¹⁰

5. Adapun jurnal Wisnu Prasetya Utomo yang berjudul “ menimbang media sosial dalam marketing politik di Indonesia belajar dari Jokowi – Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012” mengenai Kemenangan Jokowi dan Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) di Pilkada DKI Jakarta 2012 telah menandai satu babak penting dalam perkembangan *marketing* politik di Indonesia. Media sosial memberikan pengaruh yang besar dalam kemenangan tersebut. Media social menjadi alat yang efektif untuk mengorganisir warga dan memobilisasi pemilih. Di era personalisasi politik pasca Orde Baru, marketing politik bauran yang menggabungkan media sosial, media massa, dan *marketing* politik tradisional bisa menjadi strategi alternative kandidat maupun partai politik untuk memenangkan pemilu.¹¹

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, maka penulis tertarik mengkaji tentang bagaimana bentuk pemanfaatan media sosial dalam pemilihan bupati di Kabupaten Gowa tahun 2015 dan bagaimana efektifitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam meningkatkan elektabilitas calon pada pilkada Gowa tahun 2015. Sebuah kajian sederhana, lugas, dan diharapkan menjadi tulisan yang *easy reading* bagi setiap pembaca yang ingin menganalisis bentuk pemanfaatan media sosial dalam pilkada.

¹⁰<http://journal.unpar.ac.id/> skripsi R James situmorang diakses tgl 7 februari 2016 pukul 20.00

¹¹studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/.../812 skripsi wisnu prasetya utomo diakses tgl 7 februari 2016 pukul 22.30

E. Kerangka Teori

Dalam mengkaji media sosial sebagai ruang komunikasi politik, maka penulis menggunakan beberapa teori besar yaitu:

1. Teori Komunikasi Politik

Sebagaimana dalam ilmu sosial lain, batasan akan pengertian komunikasi belum terdapat kesepakatan diantara para sarjana bahkan, hampir boleh dikatakan antara sarjana satu dan yang lain selalu berbeda dalam memberikan definisi. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan batasan itu mempunyai unsur – unsur yang saling tumpang – tindih. Sehingga masih memberikan kemungkinan orang menarik garis penekanan atau tipikal dari berbagai definisi.

Komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi politik dari pemerintah kepada masyarakat dan sebaliknya. Partai politik perlu menerjemahkan informasi yang mudah dipahami oleh pemerintah dan masyarakat, agar komunikasi bersifat efektif, komunikasi politik menjadi posisi penting terutama sebagai jembatan untuk menyampaikan pesan – pesan yang dapat memfungsikan kekuasaan.

Media massa merupakan salah satu sebagai alat demokratisasi yang cukup efektif. Media massa menjadi jembatan yang menghubungkan kepentingan-kepentingan politik baik vertikal maupun horizontal. Media massa menjadi kehidupan politik untuk mempertemukan rakyat dan penguasa. Dalam masa kampanye pemilu, media sangat potensial dalam hal mempengaruhi publik untuk menggalang dukungan. Dalam hal kampanye, media massa baik cetak maupun elektronik merupakan sebuah saluran kampanye terhadap konstituen. Apalagi dengan arus teknologi ini, rasanya

media elektronik menjadi saluran utama bagi jalan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat khususnya dalam masa kampanye pemilu.¹²

Komunikasi politik adalah aktivitas komunikasi yang dianggap berkenaan dengan politik karena konsekuensinya (aktual atau potensial) yang mengatur tingkah laku manusia di bawah kondisi konflik.¹⁷ Berdasarkan formula Lasswell (Who says what with what channel to whom and with what effect?) sebagai acuannya, lima komponen/unsur komunikasi politik dalam pemilihan kepala daerah (pilkada) dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Aktor (pelibat atau partisipan)

Dalam pilkada, semua aktor atau pelibat, baik perseorangan maupun kelompok, melakukan komunikasi politik dengan tujuan menyampaikan pesan politik kepada calon pemilih yang terdiri atas berbagai kalangan, seperti masyarakat pengangguran, petani, wiraswasta, PNS, dan sebagainya. Aktor yang melakukan komunikasi politik tersebut adalah para calon kepala daerah atau wakil rakyat lainnya. Para calon pemimpin dan wakil rakyat tersebut biasanya mewakili suatu partai tertentu, meskipun tidak tertutup juga kemungkinan berasal dari jalur independen. Setiap calon pemimpin dan wakil rakyat memerlukan massa sebagai partisipan guna mendukung kegiatan politik mereka. Partisipan merupakan orang-orang yang memiliki kesepahaman visi dan misi dengan calon 17 Dan Nimmo dalam

¹²Badruddin Didik, "Peran Media Massa dalam Pemilu Pilkada DKI Jakarta 2012 putaran pertama", *Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014), h. 33.

Khoirul Anwar dan Vina Salviana. 2006. Perilaku Partai Politik: Studi Perilaku Partai Politik dalam Kampanye dan Kecenderungan Pemilih pada Pemilu 2004. Malang: UMM Press. Hal.36 18 pemimpin dan bersedia melakukan komunikasi politik untuk mendukung terpilihnya calon mereka pada saat pilkada dilangsungkan. Para partisipan ini di Indonesia disebut dengan tim sukses.

2. Pesan Komunikasi politik

Dalam pilkada dilakukan agar pesan yang disampaikan oleh aktor dapat diterima dengan baik oleh para calon pemilihnya. Aktor harus jeli dalam menentukan pesan yang sesuai dengan aspirasi/kebutuhan publik untuk disampaikan kepada calon pemilihnya. Ketika masyarakat merasa pesan politik yang disampaikan sesuai dengan aspirasi mereka, kesempatan aktor untuk menarik massa lebih besar sebagai partisipannya akan terbuka lebar.

3. Saluran Dalam konteks komunikasi politik

Dalam pilkada, saluran dapat berupa media/alat, dan dapat pula berupa tindakan. Saluran berupa media/alat misalnya organisasi dan/atau institusi, sekolah, serta media massa dan/atau media baru. Sedangkan saluran berupa tindakan misalnya pemberian suara dalam pemilu, aksi mogok buruh atau pekerja yang menuntut perbaikan upah dan kondisi kerja, serta aksi-aksi protes dan demokrasi lainnya. Pada era globalisasi ini, media baru dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak kepopuleran aktor beserta visi-misi kampanyenya. Para aktor semakin bergantung pada media baru sebagai arena sentral untuk melakukan komunikasi politik dengan seluruh penduduk, terutama karena fenomena melemahnya pengaruh dan dukungan terhadap partai

politik serta meningkatnya golongan independen dan pemilih ‘mengambang’ (*floating voter*).

4. Komunikan/khalayak

Sasaran Dalam pilkada, aktor bertujuan mengubah pengetahuan, sikap, dan perilakunya melalui komunikasi politik yang dilakukan dalam kegiatan kampanyenya. Untuk mengubah khalayak sasaran ke arah yang diinginkan, seorang aktor harus jeli memahami keadaan dan kecenderungan daerah dengan segala aspek ideologi, sejarah, maupun budaya yang melingkupi proses komunikasi politik dalam pilkada yang diikutinya, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

5. Pengaruh/efek

Komunikasi politik merupakan proses tarik menarik berbagai kepentingan yang ada dalam masyarakat dengan berbagai cara/teknik untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan keinginan aktor/komunikan. Komunikasi politik dengan menggunakan teknik persuasif berpeluang lebih besar dalam mempengaruhi khalayak sasarnya.

Unsur penyampaian barangkali merupakan unsur komunikasi yang paling sering dijumpai dalam definisi komunikasi. Seperti halnya definisi yang dikemukakan oleh Ithiel deSola Pool, bahwa komunikasi adalah pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan. Adapun Shacter (1961) menulis bahwa “komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan”. Definisi Shacter ini menempatkan komunikasi sebagai unsur kontrol sosial atau untuk memengaruhi perilaku, keyakinan, sikap terhadap orang lain. Batasan lain dikemukakan oleh Carl

Hovland, Irving Janis, dan Harold Kelly (1953), mereka menekankan aspek pengaruh dalam mendefinisikan komunikasi, yakni *“the process by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)”*.¹³

Pengertian komunikasi sekaligus sebagai model yang begitu terkenal dilingkungan sarjana komunikasi dan politik merupakan jawaban dari lima pertanyaan yang dikemukakan oleh Harold Lasswell : *who, says what, in which channel, to whom, whith what effect*. Formula ini, walaupun sederhana tetapi sangat membantu mempermudah pemahaman terhadap fenomena komunikasi terutama untuk komunikasi politik (catatan, formula Lasswell muncul dari studi propaganda yang tidak lain merupakan salah satu bentuk komunikasi politik).

Para wakil dan pemimpin rakyat atau kelompok kepentingan, dalam mengartikulasikan dan mengagregasikan kepentingan tertentu senantiasa menggunakan komunikasi misalnya dengan menyampaikan rekomendasi terhadap kebijaksanaan yang akan diterapkan. Begitu pula para penguasa atau pemerintah dalam menentukan *public policy* akan menganalisis terlebih dahulu berbagai informasi yang berasal dari masyarakat, demikian juga para legislator dalam hal membahas suatu produk hukum sangat memerlukan komunikasi terlebih dahulu dengan segala komponen yang terkait terhadap produk legislative itu. Singkatnya, komunikasi mempunyai peranan yang cukup penting dalam proses politik, oleh

¹³ Mubarak, Mendukung pasangan Jokowi-Ahok dalam Plkada DKI Jakarta dalam Komunikasi politik dalam media baru, *skripsi, (Jakarta: Universitas Gajah Mada 2014) hal 47-48*

karena itu tidak jarang para penguasa berusaha untuk mengendalikan atau mengawasi “komunikasi” agar mereka tetap mendapat dukungan untuk berkuasa.

Seorang pemimpin politik, baik yang otoriter maupun yang demokrat ada kecendrungan untuk memanipulasi atau menguasai informasi yang ada untuk masyarakatnya. Dalam kaitan ini media ikut berperan aktif sebagai penyalur (disseminator) berbagai informasi, hanya saja sejarah menunjukkan bahwa media massa selalu dipengaruhi oleh kekuatan yang ada dimasyarakat, baik kekuatan politis penguasa, pemilik modal, maupun kekuatan ekonomi dan politik yang lain. Pada dasarnya , media massa selalu dipengaruhi oleh sistem politik yang berlaku.¹⁴

Etika komunikasi dalam perspektif politik, dalam perspektif ini, etika untuk mengembangkan kebiasaan ilmiah dalam praktek berkomunikasi, menumbuhkan bersikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutamaan motivasi , dan menanamkan penghargaan atas perbedaan.¹⁵

2. Konsep Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung

¹⁴HenrySubiakto dan Rachma Ida, *Komunikasi Politik , Media , dan Demokrasi*.(Jl.Tambora Raya No. 23 Rawamangun). Jakarta 13220.

¹⁵Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*. (Jl.Tambora No.23 Rawamangun) . Jakarta 13220.

interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka

lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

3. Peran, Fungsi Media Sosial dan teori efektivitas

a. Peran dan fungsi media sosial

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti *blog*, *facebook*, *twitter*, dan *youtube* memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Pemanfaatan media dalam bentuk apapun merupakan saluran komunikasi kandidat kepada pemilih dapat dianggap efektif dan efisien pada masa kampanye,

bekampanye melalui media merupakan hal yang biasa dalam dunia politik modern. Penggunaan media dalam komunikasi politik saat kampanye sangat penting. Kecermatan memilih media kampanye harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi khalayak. Pendekatan secara langsung dengan pemilih merupakan strategi mencari dukungan kandidat ke masing – masing individu. Penggunaan media massa dalam kampanye merupakan salah satu saluran komunikasi komunikasi kandidat kepada pemilih dan cangkupan daerah yang lebih luas.¹⁶

b. Teori evektifitas media

1.1.Defenisi efektivitas

Efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan sejauh mana rencana dapat tercapai. Semakin banyak rencana yang dapat dicapai, semakin efektif pula kegiatan tersebut, sehingga kata efektivitas dapat juga diartikan sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu cara atau usaha tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Media pembelajaran bias dikatakan efektif ketika memenuhi kriteria, diantaranya mampu memberikan pengaruh, perubahan atau dapat membawa hasil. Ketika kita merumuskan tujuan itu tercapai. Semakin banyak tujuan tercapai, maka semakin efektif pula media pembelajaran tersebut. Efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan sejauh mana rencana dapat tercapai. Semakin banyak rencana yang dapat dicapai, semakin efektif pula kegiatan tersebut, sehingga

¹⁶ Hendra Kurnia Pulungan, “KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI SUMATERA UTARA (Studi Kasus Tentang Komunikasi Politik Pasangan H. Amril Harahap dan H. Irwandy, M.Pd Pada Pemilihan Walikota Tebing Tinggi Tahun 2010)”, *Skripsi* (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi), h. 24.

kata efektivitas dapat juga diartikan sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu cara atau usaha tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Media pembelajaran bisa dikatakan efektif ketika memenuhi kriteria, diantaranya mampu memberikan pengaruh, perubahan atau dapat membawa hasil. Ketika kita merumuskan tujuan instruksional, maka efektivitas dapat dilihat dari seberapa jauh tujuan itu tercapai. Semakin banyak tujuan tercapai, maka semakin efektif pula media pembelajaran tersebut.

Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Menurut Effendy mendefinisikan efektivitas sebagai berikut: “Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan”. Efektivitas menurut pengertian di atas mengartikan bahwa indikator efektivitas dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Efektivitas berfokus pada outcome (hasil), program, atau kegiatan yang dinilai efektif apabila output yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan atau dikatakan *spending wisely*. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka efektivitas adalah menggambarkan seluruh siklus input, proses dan output yang mengacu pada hasil guna daripada suatu organisasi, program atau kegiatan yang menyatakan

sejauhmana tujuan (kualitas, kuantitas, dan waktu) telah dicapai, serta ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya dan mencapai target-targetnya.¹⁷

1.2. Ukuran efektivitas

Mengukur efektivitas organisasi bukanlah suatu hal yang sangat sederhana, karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Bila dipandang dari sudut produktivitas, maka seorang manajer produksi memberikan pemahaman bahwa efektivitas berarti kualitas dan kuantitas(output) barang dan jasa.¹⁸

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Adapun data deskriptif yang dimaksud adalah ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subyek itu sendiri).¹⁹

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan model studi kasus mengenai posisi media sosial sebagai komunikasi politik dalam pilkada di Kabupaten Gowa.

¹⁷ Indah Nur Laeli, Politik dan Internet Fungsi Internet Dalam Kampanye Pemilihan Anggota DPRD Kota Surabaya, *skripsi*, (Surabaya: Unair)

¹⁸ M. Rihadini, Mengukur efektivitas dalam media, *skripsi* ((Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2012)

¹⁹ Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*, alih bahasa-Arif Furchan (Cet- 1. Usaha Nasional. Surabaya- Indonesia: 1992). h. 21.

2. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dari pemerintah Kota Kabupaten Gowa. Selain itu, Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun data primer yang dimaksud adalah data yang diperoleh dari lapangan atau data yang diperoleh dari pihak-pihak yang terkait dan berhubungan dengan pembahasan masalah dalam skripsi, data yang berupa dokumen resmi. Sedangkan data sekunder berupa data yang diperoleh melalui studi kepustakaan dengan membaca berbagai macam bacaan sebagaimana dimaksud dalam teknik pengumpulan data.

3. Metode Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan 2 cara, yakni melalui metode penelitian lapangan (*field research*) dan metode penelitian pustaka (*library research*).

- 1 Metode penelitian lapangan (*field research*), yakni metode yang penulis gunakan untuk terjun langsung ke lokasi penelitian dengan melakukan wawancara, adapun cara yang ditempuh untuk memperoleh keterangan atau informasi dengan cara melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan ini.
- 2 Metode penelitian pustaka (*library research*), yakni metode yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data lewat bahan-bahan bacaan dari referensi berupa buku-buku, media cetak atau media massa lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

3 Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Jadi observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.²⁰

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data secara kualitatif yaitu pendekatan (content analisis) yang menekankan pada pengambilan kesimpulan analisis yang bersifat deduktif, yaitu penalaran yang berawal dari hal umum untuk menentukan hal yang khusus sehingga mencapai suatu kesimpulan.

Adapun teknik penulisan skripsi ini, penulis mengacu pada buku Pedoman Penulisan skripsi, Edisi Revisi cetakan 1 yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Alaluddin Makassar Tahun 2013.

²⁰Prof.Dr.H.M.Burhan Bungin,S.Sos.,M.Si, *Komunikasi,Ekonomi,Kebijakan Publik, Dan Ilmu social*.(Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2007),Hal 111

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran umum lokasi penelitian sangat penting untuk memperjelas dan mengenal objek penelitian. Sehubungan dengan itu, maka pada bab ini diuraikan beberapa hal yang terkait dengan lokasi penelitian.

A. Gambaran Umum Kabupaten Gowa

Kesultanan Gowa atau kadang ditulis “Goa”, adalah salah satu kerajaan besar dan paling sukses, bahkan pernah menjadi penguasa tertinggi atas kerajaan-kerajaan lain di daerah Sulawesi Selatan dan merupakan pintu gerbang kawasan timur nusantara yang kaya akan hasil alam terutama rempah-rempah. Rakyat dari kerajaan ini berasal dari Suku Makassar yang berdiam di ujung selatan dan pesisir barat Sulawesi bagian selatan. Wilayah kerajaan ini sekarang berada di bawah Kabupaten Gowa dan beberapa bagian daerah sekitarnya. Kerajaan ini memiliki raja yang paling terkenal bergelar Sultan Hasanuddin, yang saat itu melakukan peperangan yang dikenal dengan Perang Makassar (1666-1669) terhadap VOC yang dibantu oleh Kesultanan Bone yang dikuasai oleh satu wangsa (dinasti) Suku Bugis dengan rajanya, Arung Palakka. Sejatinya perang Makassar bukanlah perang antarsuku melainkan perang antara dua persekutuan, karena pihak Gowa memiliki sekutu dari kalangan Bugis yaitu wajo, luwu, bulo-bulo, lamatti dan raja, demikian pula pihak

Belanda-Bone memiliki sekutu orang Makassar yaitu wilayah turatea. Perang Makassar adalah perang terbesar VOC yang pernah dilakukannya pada abad ke-17.²¹

Secara Administrasi wilayah Kabupaten Gowa dapat dilihat pada tabel dibawah :

**Luas Daerah dan Pembagian Daerah Administrasi Di Kabupaten Gowa
Tahun 2015**

Nama Resmi	Kabupaten Gowa
Ibu Kota	Sungguminasa
Provinsi	Sulawesi Selatan
Batas Wilayah	Utara : Kota Makassar dan Kabupaten Maros Selatan : Kabupaten Takalar dan Jeneponto Barat : Kota Makassar dan Takalar Timur : Kabupaten Sinjai, Bulukumba, dan Bantaeng
Luas Wilayah	1,883,32 Km ²
Jumlah Penduduk	823.698 Jiwa
Wilayah Administrasi	Kecamatan: 18, Kelurahan: 45, Desa: 122

Sumber: Kantor Perpustakaan, Arsip dan Pengelolah Data Elektronik Kabupaten Gowa

²¹Leonard Y. Andaya. *Warisan Arung Palakka*, (Makassar: Ininawa, 2004), h. 14

1. Sejarah Kabupaten Gowa

Sebelum Kerajaan Gowa terbentuk, terdapat 9 (sembilan) Negeri atau Daerah yang masing-masing dikepalai oleh seorang penguasa yang merupakan Raja Kecil. Negeri ini ialah Tombolo, Lakiung, Samata, Parang-parang, Data, Agang Je'ne, Bisei, Kalling dan Sero. Pada suatu waktu Paccallayya bersama Raja-Raja kecil itu masygul karena tidak mempunyai raja, sehingga mereka mengadakan perundingan dan sepakat memohon kepada Dewata agar menurunkan seorang wakilnya untuk memerintah Gowa.

Peristiwa ini terjadi pada tahun 1320 (Hasil Seminar Mencari Hari Jadi Gowa) dengan diangkatnya Tumanurung menjadi Raja Gowa maka kedudukan sembilan raja kecil itu mengalami perubahan, kedaulatan mereka dalam daerahnya masing-masing dan berada di bawah pemerintahan Tumanurung Bainea selaku Raja Gowa Pertama yang bergelar Karaeng Sombaya Ri Gowa.

Raja kecil hanya merupakan Kasuwiyang Salapanga (Sembilan Pengabdian), kemudian lembaga ini berubah menjadi Bate Salapang (Sembilan Pemegang Bendera).²²

2. Masa Kerajaan Kabupaten Gowa

Pada tahun 1320 Kerajaan Gowa terwujud atas persetujuan kelompok kaum yang disebut Kasuwiyang-Kasuwiyang dan merupakan kerajaan kecil yang terdiri

²²Zainuddin Tika. *Profil Sejarah Budaya dan Parawisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 38-39

dari 9 Kasuwiyang yaitu Kasuwiyang Tombolo, Lakiyung, Samata, Parang-parang, Data, Agang Je'ne, Bisei, Kalling, dan Sero.

Pada masa sebagai kerajaan, banyak peristiwa penting yang dapat dibanggakan dan mengandung citra nasional antara lain Masa Pemerintahan I Daeng Matanre Karaeng Imannuntungi Karaeng Tumapa'risi Kallonna berhasil memperluas Kerajaan Gowa melalui perang dengan menaklukkan Garassi, Kalling, Parigi, Siang (Pangkaje'ne), Sidenreng, Lempangang, Mandalle dan lain-lain kerajaan kecil, sehingga Kerajaan Gowa meliputi hampir seluruh dataran Sulawesi Selatan.

Di masa kepemimpinan Karaeng Tumapa'risi Kallonna tersebutlah nama Daeng Pamatte selaku Tumailalang yang merangkap sebagai Syahbandar, telah berhasil menciptakan aksara Makassar yang terdiri dari 18 huruf yang disebut Lontara Turiolo.

Pada tahun 1051 H atau tahun 1605 M, Dato Ribandang menyebarkan Agama Islam di Kerajaan Gowa dan tepatnya pada tanggal 9 Jumadil Awal tahun 1051 H atau 20 September 1605 M, Raja I Mangerangi Daeng Manrabia menyatakan masuk agama Islam dan mendapat gelar Sultan Alauddin. Ini kemudian diikuti oleh Raja Tallo I Mallingkaang Daeng Nyonri Karaeng Katangka dengan gelar Sultan Awwalul Islam dan beliaulah yang mempermaklumkan shalat Jum'at untuk pertama kalinya.

Raja I Mallombasi Daeng Mattawang Karaeng Bontomangape Muhammad Bakir Sultan Hasanuddin Raja Gowa ke XVI dengan gelar Ayam Jantan dari Timur, memproklamirkan Kerajaan Gowa sebagai kerajaan maritim yang memiliki armada perang yang tangguh dan kerajaan terkuat di Kawasan Indonesia Timur.

Pada tahun 1653 – 1670, kebebasan berdagang di laut lepas tetap menjadi garis kebijaksanaan Gowa di bawah pemerintahan Sultan Hasanuddin. Hal ini mendapat tantangan dari VOC yang menimbulkan konflik dan perseteruan yang mencapai puncaknya saat Sultan Hasanuddin menyerang posisi Belanda di Buton. Akibat peperangan yang terus menerus antara Kerajaan Gowa dengan VOC mengakibatkan jatuhnya kerugian dari kedua belah pihak, oleh Sultan Hasanuddin melalui pertimbangan kearifan dan kemanusiaan guna menghindari banyaknya kerugian dan pengorbanan rakyat, maka dengan hati yang berat menerima permintaan damai VOC.

Pada tanggal 18 November 1667 dibuat perjanjian yang dikenal dengan Perjanjian Bungaya (Cappaya ri Bungaya). Perjanjian tidak berjalan langgeng karena pada tanggal 9 Maret 1668, pihak Kerajaan Gowa merasa dirugikan. Raja Gowa kembali dengan heroiknya mengangkat senjata melawan Belanda yang berakhir dengan jatuhnya Benteng Somba Opu secara terhormat. Peristiwa ini mengakar erat dalam kenangan setiap patriot Indonesia yang berjuang gigih membela tanah airnya.²³

Sultan Hasanuddin bersumpah tidak sudi bekerja sama dengan Belanda dan pada tanggal 1 Juni 1669 meletakkan jabatan sebagai Raja Gowa ke XVI setelah hampir 16 tahun melawan penjajah. Pada hari Kamis tanggal 12 Juni 1670 Sultan Hasanuddin mangkat dalam usia 36 tahun. Berkat perjuangan dan jasa-jasanya terhadap bangsa dan negara, maka dengan Surat Keputusan Presiden RI Nomor

²³Zainuddin Tika. *Profil Sejarah Budaya dan Parawisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 38-39

087/TK/Tahun 1973 tanggal 16 Nopember 1973, Sultan Hasanuddin dianugerahi penghargaan sebagai Pahlawan Nasional.²⁴

Dalam sejarah berdirinya Kerajaan Gowa, mulai dari Raja Tumanurung Bainea sampai dengan setelah era Raja Sultan Hasanuddin telah mengalami 38 kali pergantian Somba (raja) sebagaimana terlihat pada tabel berikut :

3. Nama-Nama Raja Kerajaan Gowa dari Tahun 1320 - sekarang

No.	Nama Raja	Periode
1.	Tumanurung Bainea (Putri Ratu)	-
2.	Tamasalangga Baraya	1320 – 1345
3.	I Puang Loe Lembang	1345 – 1370
4.	I Tuniata Banri	1370 – 1395
5.	Karampang Ri Gowa	1395 – 1420
6.	Tunatangka Lopi	1420 – 1445
7.	Batara Gowa Tuniwangngang Ri Paralakkenna	1445 – 1460
8.	IPakere Tau Tunijallo Ri Passukki	1460
9.	Dg. Matanre Krg. Manggutungi Tumaparisi Kallonna	1460 – 1510
10.	I Manriwagau Daeng Bonto Karaeng Lakiung Tunipallangga Ulaweng.	1510 – 1546
11.	I Tajibarani Daeng Marompa Karaeng Data' Tunibatta	1546 – 1565

²⁴Zainuddin Tika, M. Ridwan Syam. *Raja dan Pejuang Sulawesi Selatan*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 74-77

12.	I Manggorai Daeng Mammeta Karaeng Bontolangkasa Tunijallo.	1565 (40 hari)
13.	I Tepu Karaeng Daeng Parabbung Karaeng Bontolangkasa Tunipasulu Tumenanga Ri Butung.	1565 – 1590
14.	I Mangngerangi Daeng Manrabbia Sultan Alauddin Tumenanga Ri Gaukanna	1590 – 1593
15.	I Mannuntungi Daeng Mattola Karaeng Lakiung Sultan Malikussaid Tumenanga Ri Papan Batuna.	1593 – 1639
16.	I Mallombasi Dg Mattawang Muhammad Basir Karaeng Bontomangape Sultan Hasanuddin Tumenanga Ri Ballapangka.	1639 – 1653
17.	I Mappasomba Daeng Nguraga Karaeng Lakiung Sultan Amir Hamzah Tumammalianga Ri Allu.	1653 – 1669
18.	I Mappaosong Daeng Mangewai Karaeng Bisei Sultan Muhammad Ali Tumenanga Ri Jakattara.	1669 – 1674
19.	I Mappadulung Daeng Mattimung Karaeng Sanro Bone Sultan Abdul Jalil Tumenanga Ri Lakiung.	1674 – 1677
20.	La Pareppa Tu Sappewalia Karaeng Ana' Moncong Sultan Ismail Tumenanga Ri Somba Opu.	1677 – 1709
21.	I Mappau'rangi Karaeng Boddia Sultan Sirajuddin Tumenanga Ri Passiringanna.	1709 – 1711
22.	I Manrabia Karaeng Kanjilo Sultan Najamuddin Tumenanga Ri Jawaya.	1712 – 1724
23.	I Mappau'rangi Karaeng Boddia Sultan Sirajuddin Tumenanga Ri Passiringanna (Kedua kalinya)	1724 – 1729
24.	I Mallawagau Karaeng Lempangang Sultan Abdul Khair Al Mansyur Tumenanga Ri Gowa.	1729 – 1735
25.	I Mappababbasa Sultan Abdul Kudus Tumenanga Ri Bontoparang.	1735 – 1742
26.	Amas Madina 'Batara Gowa II Sultan Usman (diasingkan ke Sailon oleh Belanda)	1742 – 1753
27.	I Mallisu Jawa Daeng Riboko Karaeng Tompobalang Sultan Maduddin Tumenanga Ri Tompobalang.	1753 – 1767
28.	I Temmasongeng / I Makkaraeng Karaeng Katangka Sultan Zainuddin Tumenanga Ri Mattoanging.	1767 – 1769
29.	I Mannawarri / I Sumaele Karaeng Bontolangkasa Karaeng Mangasa Sultan Abdul Hadi Tumenanga Ri Sambungjawa.	1769 – 1778

30.	I Mappatunru / I Manginyarang Karaeng Lembangparang Sultan Abdul Rauf Tumenanga Ri Katangka.	1778 – 1810
31.	La Oddangriu Daeng Mangeppe Karaeng Katangka Sultan Muhammad Zainal Abidin Abd. Rahman Amiril Mu'minin Tumenanga Ri Suangga	1825 – 1826
32.	I Kumala Daeng Parani Karaeng Lembangparang Sultan Abdul Kadir Aididin Tumenanga Ri Kakuasanna.	1826 – 1893
33.	I Mallingkaan Daeng Nyonri Karaeng Katangka Sultan Muhammad Idris Tumenanga Ri Kala'biranna.	1893 – 1895
34.	I Makkulau Daeng Serang Karaeng Lembangparang Sultan Muhammad Husain Tumenanga Ri Bundu'na.	1895 – 1906
35.	I Mangngi-mangngi Daeng Mattutu Karaeng Bontonompo Sultan Muhammad Tahir Muhibuddin Karaeng Ilanga Tumenaga Ri Sungguminasa.	1906 – 1946
36.	Andi Idjo Daeng Mattawang Karaeng Lalolang Sultan Muhammad Abdul Kadir Aiduddin Tumenanga Ri Jongaya.	1946 – 1957
37.	Andi Maddusila Patta Nyonri Karaeng Katangka Sultan Alauddin II	2011-2014

Sumber: Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Gowa

4. Masa Kemerdekaan Kabupaten Gowa

Pada tahun 1950 berdasarkan Undang-Undang Nomor 44 Tahun 1950 Daerah Gowa terbentuk sebagai Daerah Swapraja dari 30 daerah Swapraja lainnya dalam pembentukan 13 Daerah Indonesia Bagian Timur.

Sejarah Pemerintahan Daerah Gowa berkembang sesuai dengan sistem pemerintahan negara. Setelah Indonesia Timur bubar dan negara berubah menjadi sistem Pemerintahan Parlemen berdasarkan Undang-Undang Dasar Sementara (UUDS) tahun 1950 dan Undang-undang Darurat Nomor 2 Tahun 1957, maka daerah Makassar bubar.

Pada tanggal 17 Januari 1957 ditetapkan berdirinya kembali Daerah Gowa dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan ditetapkan sebagai daerah

Tingkat II . Selanjutnya dengan berlakunya Undang-undang Nomor 1 tahun 1957 tentang Pemerintahan Daerah untuk seluruh wilayah Indonesia tanggal 18 Januari 1957 telah dibentuk Daerah-daerah Tingkat II.²⁵

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 29 tahun 1957 sebagai penjabaran Undang-Undang Nomor 1 tahun 1957 mencabut Undang-Undang Darurat No. 2 Tahun 1957 dan menegaskan Gowa sebagai Daerah Tingkat II yang berhak mengurus rumah tangganya sendiri. Untuk operasionalnya dikeluarkanlah Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor U.P/7/2/24 tanggal 6 Pebruari 1957 mengangkat Andi Ijo Karaeng Lalolang sebagai Kepala Daerah yang memimpin 12 (dua belas) Daerah bawahan Distrik yang dibagi dalam 4 (empat) lingkungan kerja pemerintahan yang disebut koordinator masing-masing :

- a. Koordinator Gowa Utara, meliputi Distrik Mangasa, Tombolo, Pattallasang, Borongloe, Manuju dan Borisallo. Koordinatornya berkedudukan di Sungguminasa.
- b. Koordinator Gowa Timur, meliputi Distrik Parigi, Inklusif Malino Kota dan Tombolopao. Koordinatonya berkedudukan di Malino.
- c. Koordinator Gowa Selatan, meliputi Distrik Limbung dan Bontonompo. Koordinatornya berkedudukan di Limbung.
- d. Koordinator Gowa Tenggara, meliputi Distrik Malakaji, koordinatonya berkedudukan di Malakaji.

²⁵Zainuddin Tika. *Profil Sejarah Budaya dan Parawisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 88

Pada tahun 1960 berdasarkan kebijaksanaan Pemerintah Pusat di seluruh Wilayah Republik Indonesia diadakan Reorganisasi Distrik menjadi Kecamatan. untuk Kabupaten Daerah Tingkat II Gowa yang terdiri dari 12 Distrik diubah menjadi 8 Kecamatan masing-masing :

- a. Kecamatan Tamalate dari Distrik Mangasa dan Tombolo.
- b. Kecamatan Panakkukang dari Distrik Pattallassang.
- c. Kecamatan Bajeng dari Distrik Limbung.
- d. Kecamatan Pallangga dari Distrik Limbung.
- e. Kecamatan Bontonompo dari Distrik Bontonompo
- f. Kecamatan Tinggimoncong dari Distrik Parigi dan Tombolopao
- g. Kecamatan Tompobulu dari Distrik Malakaji.
- h. Kecamatan Bontomarannu dari Distrik Borongloe, Manuju dan Borisallo.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 1971 tentang perluasan Kotamadya Ujung Pandang sebagai Ibukota Propinsi, Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II Gowa menyerahkan 2 (dua) Kecamatan yang ada di wilayahnya, yaitu Kecamatan Panakkukang dan sebagian Kecamatan Tamalate dan Desa Barombong Kecamatan Pallangga (seluruhnya 10 Desa) kepada Pemerintah Kotamadya Ujung Pandang.

Terjadinya penyerahan sebagian wilayah tersebut, mengakibatkan makna samarnya jejak sejarah Gowa di masa lampau, terutama yang berkaitan dengan aspek kelautan pada daerah Barombong dan sekitarnya. Hal ini mengingatkan, Gowa justru

pernah menjadi sebuah Kerajaan Maritim yang pernah jaya di Indoneia Bagian Timur, bahkan sampai ke Asia Tenggara.

Dengan dilaksanakannya Undang-Undang Nomor 51 tahun 1971, maka praktis wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Gowa mengalami perubahan yang sebelumnya terdiri dari 8 (delapan) Kecamatan dengan 56 Desa menjadi 7 (tujuh) Kecamatan dengan 46 Desa.

Sebagai akibat dari perubahan itu pula, maka Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa berupaya dan menempuh kebijaksanaan-kebijaksanaan yang didukung oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Sulawesi Selatan dengan membentuk 2 (dua) buah Kecamatan yaitu Kecamatan Somba Opu dan Kecamatan Parangloe.

Guna memperlancar pelaksanaan pemerintahan dan pembangunan masyarakat Kecamatan Tompobulu, maka berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Propinsi Sulawesi Selatan No.574/XI/1975 dibentuklah Kecamatan Bungaya hasil pemekaran Kecamatan Tompobulu. Berdasarkan PP No. 34 Tahun 1984, Kecamatan Bungaya di defenitifkan sehingga jumlah kecamatan di Kabupaten Gowa menjadi 9 (sembilan).

Selanjutnya pada tahun 2006, jumlah kecamatan di Kabupaten Gowa telah menjadi 18 kecamatan akibat adanya pemekaran di beberapa kecamatan dengan jumlah desa/kelurahan definitif pada tahun 2006 sebanyak 167 dan 726 dusun/lingkungan.

Dalam sejarah perkembangan pemerintahan dan pembangunan mulai dari zaman kerajaan sampai dengan era kemerdekaan dan reformasi, wilayah Pemerintah

Kabupaten Gowa telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sebagai daerah agraris yang berbatasan langsung dengan Kota Makassar Ibu Kota Propinsi Sulawesi Selatan menjadikan Kabupaten Gowa sebagai daerah pengembangan perumahan dan permukiman selain Kota Makassar.

Kondisi ini secara gradual menjadikan daerah Kabupaten Gowa yang dulunya sebagai daerah agraris sentra pengembangan pertanian dan tanaman pangan yang sangat potensial, juga menjadi sentra pelayanan jasa dan perekonomian.²⁶

Dalam sejarah keberadaan Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II sejak tahun 1957 sampai sekarang telah mengalami 12 (dua belas) kali pergantian Bupati. 11 (sebelas) kali diantaranya berdasarkan pengangkatan secara langsung oleh Menteri Dalam Negeri. Satu kali berdasarkan hasil pemilihan secara langsung oleh rakyat Kabupaten Gowa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

5. Bupati Gowa Dari Tahun 1957 sampai sekarang

No	Nama Bupati	Periode
1.	Andi Idjo Karaeng Lalolang	1957 – 1960
2.	Andi Tau	1960 – 1967
3.	H. M. Yasin Limpo	Karetaker
4.	Andi Bachtiar	Kareteker
5.	K. S. Mas'ud	1967 – 1976
6.	H. Muhammad Arif Sirajuddin	1976 – 1984
7.	H. A. Kadir Dalle	1984 – 1989
8.	H. A. Azis Umar	1989 – 1994
9.	H. Syahrul Yasin Limpo, SH, M.Si	1994 – 2002
10.	Drs. H. Hasbullah Djabar, M.Si	2002 – 2004
11.	H. Andi Baso Machmud	Karetaker

²⁶Zainuddin Tika. *Profil Sejarah Budaya dan Parawisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi, 2000), h. 112-115

12.	H. Ichsan Yasin Limpo, SH	2005-2015
13.	Adnan Kio Ikhsan Yasin Limpo	2016 -2020

Sumber: Kantor Dinas Kebudayaan dan Parawisata Kabupaten Gowa



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Pemanfaatan media sosial facebook dalam pemilihan bupati di Kabupaten Gowa tahun 2015

Pemanfaatan media sosial berperan besar dalam Pemilihan Bupati Gowa, Masing-masing tim sukses calon presiden beradu strategi kampanye melalui internet, terutama media sosial. Namun pemanfaatan media sosial untuk kampanye politik ternyata belum merata, nampaknya belum bisa mengoptimalkan manfaat internet dan media sosial. Padahal media sosial ini selain sebagai sarana bersosialisasi atau pemasaran secara *online*, bisa dimanfaatkan pula sebagai alat kampanye politik yang terbilang praktis.

1. Facebook sebagai media kampanye dan sosialisasi

Perkembangan teknologi dalam komunikasi berpengaruh dalam kehidupan manusia baik dalam hal ekonomi, sosial, budaya dan juga politik. Bidang politik cukup banyak terpengaruh oleh teknologi komunikasi sendiri. Komunikasi sangat penting dan diperlukan dalam politik dan merupakan salah satu bagian dari kegiatan politik sendiri. Kampanye politik sendiri juga sering mempergunakan media komunikasi di dalamnya. Media online, jejaring sosial ataupun media social sebagai salah satu produk teknologi komunikasi cukup banyak dipergunakan dalam kampanye pemilu, Konsep McLuhan yang menyatakan bahwa teknologi adalah media menjadi konsep dasar yang menjadi landasan dalam analisis suatu kasus

politik. Dari konsep McLuhan ini turun ke dalam beberapa teori yang memiliki kaitan dan juga dapat menjadi pisau analisis dalam berbagai kasus yang ada dalam bidang politik. Teknologi komunikasi yang selalu berkembang menyebabkan pengaruh pada bidang politik melalui kegiatan kampanye yang kini dikembangkan melalui media baru dan dapat terlihat adanya technological determinism yang ada di tengah masyarakat sebab banyaknya orang yang begitu ketergantungan dengan fungsi teknologi sehingga kehidupan sangat dikuasai oleh teknologi. Sebagai makhluk sosial, manusia tak akan pernah bisa hidup sendiri dan hal ini juga membenarkan salah satu aksioma dari komunikasi bahwa “*we cannot not communicate*”. Benar sekali bahwa manusia tak bisa untuk tidak berkomunikasi. Komunikasi ini baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Komunikasi sendiri merupakan sebuah proses menyampaikan pesan dari sender kepada receiver melalui media.²⁷

Teknologi berkembang dengan cukup pesat dan menimbulkan bermunculannya begitu banyak media baru yang memberikan dampak pada kehidupan sosial masyarakat. Salah satu bidang yang cukup banyak sangat bergantung dengan teknologi komunikasi adalah bidang politik. Karena di dalam bidang politik ini komunikasi politik sangat penting dalam politik. Salah satu bentuk kegiatan politik yang diketahui banyak masyarakat luas adalah kampanye politik. Dalam hal ini kampanye sendiri sudah terbagi dalam beberapa kategori seperti kampanye legislatif, kampanye capres dan juga kampanye dalam pemilu kepala

²⁷Susilana Rudi, Cepi Riana. *Media Pembelajaran, hakikat, pengembangan, pemanfaatan dan pengembangan*. (Bandung: CV wacana prima), hal 6.

daerah dll. Yang juga sangat menarik untuk diamati adalah pergeseran bentuk kampanye politik yang dilakukan oleh para calon dalam kampanye.

Seperti Facebook ataupun Twitter dengan hampir jutaan masyarakat Gowa telah bergabung menjadi satu dalam berbagai banyaknya jenis dari sosial media set. Sosial media telah sangat banyak mempengaruhi kehidupan manusia, termasuk di bidang politik yang juga terpengaruh dengan keberadaan sosial media. Seperti halnya grup facebook pilkada Kabupaten Gowa, Dalam bidang politik sendiri yang di dalamnya juga terdapat komunikasi politik yang membuat masyarakat untuk dapat terpengaruh memilih calon untuk mendapatkan sebuah kekuasaan. Berawal dari konsep dasar bahwa media teknologi adalah perpancangan dari tangan manusia. Banyak manfaat yang diberikan oleh penggunaan teknologi. Namun sering kali kita terjebak bahwa teknologi hanya sebuah alat elektronik yang sangat canggih. Semua media untuk sarana menyampaikan pesan dari sender kepada receiver merupakan teknologi yang menjadi perpanjangan tangan manusia. Media berbeda dalam aspek – aspek yang penting, komunikasi dan media, sebagian besar media tetaplah dianggap bersifat misal dan prinsip-prinsip dasar tetap digunakan. Banyak orang yang ingin mempelajari media karena telah membaca atau menyaksikannya, banyak kajian yang telah bahwa efek hal ini sesungguhnya sangat minimal, yang terbaik yang dapat kita harapkan adalah bahwa kampanye pesan tersebut berkontribusi pada suatu pergeseran yang perlahan.²⁸

²⁸Wahyuni Hermin Indah, *Media dan Cultural Studies*. (P.T Bentang Pustaka), hal 8-10

Bagi Negara – Negara yang menganut paham demokrasi dalam kehidupan politiknya tentu kampanye politik dalam media massa sebagai suatu proses untuk mencapai tujuan politik. Sehingga kampanye melalui media massa dirasakan oleh rakyatnya mempunyai pengaruh yang besar dengan memegang asumsi kekuatan opini public, bahkan tidak mengherankan jika demokrasi disebut “pemerintah oleh opini public”. Dari sudut pandang teori masyarakat dan kekuasaan seperti yang dikemukakan oleh McQuail (1987) bahwa media dilihatnya bukan saja membentuk ketergantungan (dependensi) warga masyarakat terhadap media dalam hal penciptaan pendapat, tetapi juga dalam hal penciptaan pendapat, tetapi juga dalam hal penciptaan identitas dan kesadaran.

Teori masyarakat itu lebih menekankan potensi media daripada keterbatasan lainnya, terutama karena adanya kecenderungan monopoli dan kesulitan untuk mengekang kecenderungan itu sendiri. Demikian juga kalau kita kembali melihat konsep dasar dari opini publik, yang sebenarnya bertitik tolak dari hak asasi yang pada diri seseorang, yaitu hak kebebasan mengeluarkan pendapat, menyatakan sikap, pikiran dan gagasan. Adanya konsep tersebut dalam proses dalam proses pembentukannya, media massa merupakan salah satu saluran dan sekaligus penggerak utama dalam penentuan suatu agenda politik (baik itu agenda media maupun agenda khalayak) terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat. Dilihat dari manfaat media, media massa mempunyai kemampuan yang luar biasa dalam memperkuat (reinforcement) suatu kondisi atau situasi yang sudah ada. Demikian juga

ia mempunyai kemampuan untuk ikut membenarkan apa yang ada di dalam benak seseorang.

Dengan kata lain, media bermanfaat di dalam ikut mengabsahkan suatu yang sudah ada dalam pikiran seseorang tentang suatu realitas social. Begitu pula kalau dilihat dari potensi media, dimana media berfungsi sebagai saluran di dalam mentransfer informasi politik yang ternyata posisinya semakin bertambah penting. Tingginya pemanfaatan media mendorong potensi media semakin kokoh. Maka dari itu, peran media massa selalu menjadi rebutan dan cenderung untuk digunakan oleh kelompok kepentingan (interest grup), partai politik, pressure grup, dan lembaga-lembaga politik lainnya, karena media massa dilihatnya sebagai alat yang mempunyai pengaruh untuk mengontrol system politik, khususnya lagi mengontrol jalannya pemerintah. Disisi lain demarkasi yang jelas dari peranan media massa, maka bagi negara yang berpaham demokrasi media massa berfungsi secara timbale balik dalam melakukan komunikasi politik. Dimana rakyat dan pemerintah serta lembaga-lembaga politik lainnya mempunyai kedudukan yang sama dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan Negara. Jadi semua lapisan masyarakat diberi kesempatan untuk memberikan penilaian terhadap jalannya sistem politik, dengan memanfaatkan media sebagai saluran politik.²⁹

²⁹Hasrullah, *Megawati dalam Tangkapan Pers*, (Lkis:Yogyakarta), hal 42-45

2. Membuat grup-grup pilkada di facebook

Dalam pilkada Gowa, media berperan penting dalam pemilu legislatif ini karena media harus bisa mempertimbangkan mana berita yang layak diberitakan dan berita yang perlu dilakukan revisi terlebih dahulu, karena berita dengan sumber yang tidak pasti dapat menuai perbedaan pendapat yang membuat ricuh, seperti banyaknya masyarakat yang saling mengujat bahkan ingin saling menjatuhkan antar calon legislatif di media seperti grup facebook di Gowa tahun 2015. Adapun komentar-komentar yang dilakukan oleh berbagai tim sukses dari masing-masing calon kandidat, mereka bersaing dengan cara saling memuji satu sama lain.

Adapun contoh status salah satu pengguna facebook yang berkomentar dalam pilkada Gowa tahun 2015 yaitu³⁰



³⁰Diakses tgl 29 mei 2016

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Asriadi Arasi S.T, selaku ketua komisi IV partai democrat mengatakan bahwa

“Pemanfaatan media disini seperti facebook bukan media resmi, tidak seperti Koran karena tidak ada bukti-bukti yang maksimal dan tidak ada larangan Media sosial itu tidak utama, karena kader turun ke bawah merupakan cara utama kami yaitu dengan berdialog dan baliho dan media sosial itu untuk membantu masyarakat yang tidak ikut kampanye tradisional partai tersebut sehingga konstituen bisa melihat di twitter dan facebook, “Media sosial itu ada manfaatnya tapi tidak signifikan”.”³¹

Media sosial hanya berpengaruh signifikan bagi politikus yang bekerja sepanjang waktu. Bukan pekerjaan instan lima tahun sekali. Mereka yang intens menyebarkan ide-ide dan berdiskusi dalam bidang tertentu secara mendalam sepanjang waktu akan mendapat hasilnya saat pemilu. Media sosial tidak cocok untuk politisi "kosong", tapi hanya bagi mereka yang punya kemampuan berpikir dan berdialektika. Media sosial juga tak cocok bagi yang egois, melainkan bagi mereka yang memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap berbagai masalah yang dihadapi masyarakat. Hanya politisi yang memiliki simpati dan empati terhadap permasalahan rakyat yang akan menuai simpati dan empati publik.

Sifat kampanye di media sosial bisa merupakan kebalikan dari kampanye di dunia nyata. Jika di dunia nyata kampanye begitu berisik, keras suaranya tapi tanpa bukti nyata, di media sosial adalah antitesis dari berisik dan bising tersebut, yaitu bermakna. Setiap suara punya arti, memiliki pembuktiannya sendiri-sendiri. Politik di media sosial bisa merupakan politik sejati, yaitu politik yang benar-benar berisi ide-ide dan aksi nyata untuk kebaikan umum. Inilah politik yang memiliki daya

³¹Asriadi Arasi S.T, Ketua Komisi IV partai democrat, Wawancara, Gowa, 10 Mei 2016.

dobrak. Berbagai isu sosial yang menjadi beban masyarakat sering kali mendapatkan solusinya di media sosial. Media telah mempengaruhi seluruh aspek kehidupan.³²

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Muhammad Nur Ashar S.H M.H selaku tim pemenang, mengatakan bahwa

“Media sosial dapat jadi solusi meminimalkan ketidakadilan. Media sosial dapat jadi penyeimbang media siaran televisi yang sekarang tak lagi mampu mempertahankan independensi dan keadilannya, media seperti facebook memang masih lazim disalahgunakan juga seperti banyanya isu – isu yang tidak sesuai dengan kenyataan yang terjadi atau fakta di lapangan yang terjadi inilah juga penyebab terjadinya perselisihan antar calon legislatif.”³³

Di setiap masyarakat, mulai dari yang paling primitif hingga yang terkompleks, sistem komunikasi menjalankan empat fungsi. Harold Lasswell telah mendefinisikan tiga diantaranya: penjagaan lingkungan yang mendukung; pengaitan berbagai komponen masyarakat agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan serta pengalihan warisan sosial. Masyarakat juga menggunakan sistem komunikasi sebagai guru yang menyampaikan warisan sosial (nilai-nilai, norma) dari seseorang ke orang lain, atau bahkan dari generasi ke generasi.³⁴

Berdasarkan hasil wawancara dari ibu Lisdawati S.pd selaku tim sukses dari pasangan calon no 5 yaitu :

“Pemanfaatan media sosial seperti facebook sangat berperan bagi pemilihan umum tahun ini, karena persaingan yang sangat kuat apalagi semua pihak dari pasangan calon rata-rata mempunyai media sosial bernama facebook,

³²Jurnal.usm diakses tgl 2 mei 2016

³³Muhammad Nur Ashar S.H, M.H, Tim Pemenang pasangan calon legislatif, Wawancara, Gowa, 15 Mei 2016.hal 22

³⁴William L Rivers. Theodore Peterson, Joy W. Jensen. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. (Jakarta: Kencana 2003), hal 33-38

manyarakat akan antusias dalam pilkada yang akan menyebabkan terjadinya perselisihan antar pihak, dan juga perdebatan di dalamnya.”³⁵

Pola komunikasi yang terjadi dalam media - media facebook adalah komunikasi dua arah/ interaktif dan secara realtime. Dengan perkembangan teknologi seperti sekarang, media masa juga tentu terkena dampaknya dan harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada, sehingga saat ini kita dapat menjumpai banyak metode-metode media masa yang baru, seperti halnya berita dari twitter, kompasiana yang merupakan opini dan tulisan masyarakat, dan lain sebagainya. Dalam kampanye politik, kandidat bisa saling berhubungan langsung dengan khalayak melalui tulisan di wall atau forum diskusi lainnya yang bisa di koment oleh tiap orang. Selain menyampaikan visi misi kandidat dalam kampanye kepada orang lain, facebook juga bisa menjadi sarana menjaring aspirasi masyarakat karena bisa disampaikan secara langsung. Facebook juga bisa dimanfaatkan sebagai pengenalan diri dan membangun tali persahabatan dengan siapa saja (khususnya antara kandidat dan khalayak).

No	Nama Grup	Anggota	Jumlah Like
1.	Pilkada Gowa 2015 – 2020	314	194
2.	Pilkada Gowa 2015 – 2020	912	445
3.	Demokrasi Pilkada Gowa 2015	493	493
4.	Pilkada Gowa 2015	68627	26.112
5.	Pilkada Gowa 2015	1367	896
6.	Pilkada Gowa 2015	145	75

Sumber :facebook

³⁵ Lisdayanti, S.Pd., tim sukses dalam Pilkada Kabupaten Gowa tahun 2015, Wawancara, Gowa, 22 Mei 2016

Dari semua grup di atas, grup “pilkada Gowa 2015-2020” adalah grup independent dimana admin grup ini netral tidak ada calon yang mereka ingin jatuhkan, grup yang kedua adalah admin dari pasangan calon no 5 yaitu Adnan Kio, dalam grup ini, berpihak hanya kepada pasangan calon no 5. Adapun grup yang ketiga yaitu admin dari pasangan calon no 1 Andi Maddusila, grup ini juga terbilang banyak anggotanya dan pendukungnya, perdebatannya juga sangat, Grup yang ke 4 yaitu independent, grup ini terbuka dan semua pihak berhak berkomentar di dalamnya, grup yang ke 5 yaitu admin dari pendukung Adnan Kio, dan yang ke 6 itu independent atau grup terbuka untuk semua pihak.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Muh.Hasrullah. S.Ip sebagai jendral lapangan dan sekaligus ketua tim pemenang pemuda Andi Maddusila andi Ijo dan Wahyu Permana Kaharuddin no urut 1 (wattunnami) bahwa :

“Melihat rekabpitulasi suara secara quillcant dan realcant itu sangat tumpang tindih karena melihat realita yang terjadi di lapangan banyaknya para tim melakukan kecurangan (money politik) secara garis besarnya bisa disimpulkan bahwa kekuatan yang tidak sesuai dengan aturan pilkada dalam artian mengajarkan masyarakat politik uang itu sama halnya mengajarkan tentang kesesatan. Kasus yang terjadi banyaknya para pegawai yang terlibat dalam pilkada sangat mencederai tentang demokrasi karena aturan dari kementrian kiranya para pegawai dan seluruh para pejabat yang di atur dalam UU pilkada sekiranya CPNS tidak bisa ikut dalam politik aktif. Seperti dalam media juga banyaknya isu – isu yang tidak sesuai dengan fakta di lapangan, mereka saling membantai, karena media seperti itu masih lazim disalahgunakan orang.”³⁶

Berdasarkan pernyataan informan di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat berpengaruh bagi pilkada, karena masing-masing tim sukses calon

³⁶Hasrullah S.IP, tim sukses dalam Pilkada Kabupaten Gowa tahun 2015, Wawancara, Gowa, 2 Mei 2016

presiden beradu strategi kampanye melalui internet, terutama media sosial. Namun pemanfaatan media sosial untuk kampanye politik ternyata belum merata, nampaknya belum bisa mengoptimalkan manfaat internet dan media sosial.

B. Efektifitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam meningkatkan elektabilitas calon pada pilkada Gowa tahun 2015

Komunikasi politik pada dasarnya merupakan bagian dari, dan dipengaruhi oleh budaya politik suatu masyarakat. Pada saat yang sama komunikasi politik juga dapat melahirkan, memelihara, dan mewariskan budaya politik, sehingga dengan memperhatikan struktur pesan serta pola-pola komunikasi politik yang diperankannya, maka dapat dianalisis budaya politik suatu masyarakat. Menurut Rush dan Althoff (1997), komunikasi politik – transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian system politik kepada system politik yang lain, dan antara system social dengan system politik – merupakan unsur dinamis suatu system politik, dan proses sosialisasi, partisipasi, serta rekrutmen politik bergantung pada komunikasi. Kegiatan komunikasi politik di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari proses politik nasional yang menjadi latar kehidupannya. Komunikasi politik di Indonesia secara umum masih diwarnai oleh watak eufemisme dalam beberapa hal dapat menghambat keterbukaan. Eufemisme memang tidak selalu berarti menutup-nutupi atau “menghaluskan”, karena merupakan bagian dari santun berkomunikasi yang ada pada setiap masyarakat.

1. Komunikasi antara calon Bupati dengan pemilihnya melalui Facebook

Komunikasi politik adalah pertukaran informasi antara elite politik bangsa media dengan warga Negara. Istilah kunci dalam komunikasi politik: symbol-simbol politik dan bahasa, elite pers, public, proses politik, efek potensial dan actual, regulasi konflik dan fungsi system politik. Komunikasi yang sehat terjadi dalam alam demokrasi, ketika pemerintahan dibentuk dan diberi wewenang melalui kedaulatan rakyat melalui suasana kebebasan dalam menyalurkan aspirasi, pendapat serta menjunjung tinggi hak-hak asasi rakyatnya.³⁷

Komunikasi politik sangat kental dalam kehidupan sehari – hari, sebab dalam aktivitas sehari- hari, tidak satupun manusia tidak berkomunikasi, dan kadang – kadang sudah terjebak dalam analisis dan kajian komunikasi politik.³⁸

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Asriadi Arasi S.T, selaku ketua komisi IV partai demokrat mengatakan bahwa

*“Dalam pilkada Gowa tahun 2015, Komunikasi politik sebagai elektabilitas penduduk, pemilihan tersebut pasangan calon bupati Andi Maddusila Andi Ijo jauh diatas calon lainnya, berada diposisi 40 %, tingkat partisipasi masyarakatnya masih rendah, ada beberapa tipekal sehingga merosot dari calon-calon yang lain. Fungsi peran pemerintah melihat kesalahan satu pasangan calon legislatif, tidak ada kaidah, politik itu tidak bersih, wajar kalau politik seperti itu, tergantung yang sekarang mampu menyatu dan mengawasi infrastruktur. Kita hanya bisa dapat menyampaikan tidak bisa membuktikan, diberi buktipun tidak mampu karena dibatasi dengan banyak hal, pelaporan dianggap.”*³⁹

³⁷Deddy Mulyana, *Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), hal 413-415

³⁸Misliyah, “Komunikasi Politik melalui media massa pasangan Mokhtar Muhammad dan Rahmat Effendi (MuRah) dalam Pilkada Walikota Bekasi periode 2008-2013”, *Skripsi* (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), h. 69.

³⁹Asriadi Arasi S.T, Ketua Komisi IV partai demokrat, *Wawancara*, Gowa, 10 Mei 2016.

Karena itu, jika demokrasi mensyaratkan adanya relasi-relasi kekuasaan yang berkualitas antara rakyat dengan penguasa, maka komunikasi politik menjadi faktor yang menentukan wujud demokrasi tersebut. Sebab sistem politik sendiri tidak dapat beroperasi dengan baik tanpa adanya dukungan massa yang sikap dan perilaku politiknya digerakkan oleh kekuatan pesan-pesan yang tersosialisasi melalui kegiatan komunikasi politik. Oleh karena itu, komunikasi adalah transmisi pesan dari suatu sumber kepada penerima. Selama 60 tahun, pandangan tentang komunikasi ini telah didefinisikan melalui tulisan ilmuwan politik Harold Lasswell (1948). Beliau mengatakan bahwa cara yang paling nyaman untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini: siapa?, berkata apa?, melalui saluran apa?, kepada siapa?, dengan efek apa?. Komunikasi membutuhkan respon dari orang lain. Oleh karena itu, harus ada keadaan berbagai makna (atau korespondensi) agar komunikasi dapat terjadi.⁴⁰

Efektivitas media sosial tidak hanya karena jumlah penggunaanya yang masif. Karakteristik media sosial sendiri juga merupakan kekuatan. Media sosial adalah sarana untuk komunikasi di mana setiap individu saling memengaruhi. Setiap orang memiliki pengaruh ke sekelilingnya. Di dalam ruang media sosial hanya informasi yang sesuai fakta yang berharga. Untuk mencapai keyakinan bahwa informasi itu sesuai fakta, sering kali muncul perdebatan. Dalam berbagai hal yang menarik perhatian publik terjadi tesis yang dilawan oleh argumen antitesis. Keajaiban

⁴⁰Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta: Erlangga), Hal 5-6

sering kali muncul di media sosial berupa tercapainya sintesis. Tidak perlu ada seseorang yang menyimpulkan, tapi dari perdebatan tersebut sering kali muncul "kesepakatan sunyi" di antara pihak-pihak yang berdebat beserta para "pendengarnya".

Begitu berkuasanya media massa dalam mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku penduduk, sehingga Kevin Phillips dalam buku *Responsibility in Mass Communication* mengatakan, bahwa era sekarang lebih merupakan *mediacracy*, yakni pemerintah media, daripada *democracy*, pemerintah rakyat. Berlainan dengan di Negara-negara demokrasi liberal, di mana media massa- baik media elektronik maupun media cetak- kebanyakan dimiliki perseorangan (private enterprise), di Indonesia yang bersistem demokrasi pancasila terdapat keseimbangan: jaringan radio dan televisi dikelola oleh pemerintah, pers yang kebanyakan independen merupakan lembaga kemasyarakatan. Politik komunikasi pemerintah yang dilaksanakan melalui media massa senantiasa menjaga keseimbangan pula antara derasnya informasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas secara timbal balik. Dalam hubungan dengan demokratisasi komunikasi ini, kalau kita kaji situasi di Indonesia, dari sekian banyak jenis media massa adalah pers yang paling berperan karena berfungsi sebagai penyalur pikiran dan perasaan masyarakat. Komunikasi politik bukan hanya sekedar proses penyampaian suatu pesan politik oleh seorang kepada orang lain.⁴¹

⁴¹Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), Hal 158-159

Efek komunikasi yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai – partai politik, dimana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara dalam pemilihan umum, pemberian suara sangat menentukan terpilih tidaknya seorang kandidat untuk posisi mulai tingkat presiden dan wakil presiden, anggota DPR, MPR, Gubernur, dan wakil Gubernur, bupati dan wakil bupati, wali kota dan wakil walikota sampai pada tingkat DPRD.⁴²

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, dengan Bapak Muhammad Nur Ashar S.H, M.H. selaku tim pemenang pasangan calon legislative mengatakan bahwa

*“Tingkat elektabilitas calon dalam pilkada tersebut bagaimana cara melihat siapa pasangan calon yang lebih memiliki suara terbanyak, karena tingkat pemilih dari tahun 2009 mengalami peningkatan, dan tahun 2015 naik 50%, peran pemerintah dalam hal ini banyak pelanggaran yang dilakukan oleh institute pemerintah.”*⁴³

Peristiwa-peristiwa komunikasi massa kadang-kadang membutuhkan usaha yang dilakukan beratus-ratus orang, berbulan-bulan persiapan dan berjuta-juta dollar. Di amerika media massa biasanya ingin memperoleh keuntungan, dan sebagian besar keuntungan tersebut akan diperoleh dari pemasang iklan. Di negeri ini periklanan sangat menominasi komunikasi massa. Dan tentu saja kesadaran tentang sejauh mana periklaan menopang media massa mempengaruhi kredibilitas komunikatornya di mata khalayaknya.⁴⁴

⁴²Misliyah, “Komunikasi Politik melalui media massa pasangan Mokhtar Muhammad dan Rahmat Effendi (MuRah) dalam Pilkada Walikota Bekasi periode 2008-2013”, *Skripsi* (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), h. 69.

⁴³Muhammad Nur Ashar S.H, M.H, Tim Pemenang pasangan calon legislatif, *Wawancara*, Gowa, 15 Mei 2016.

⁴⁴Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication konteks-konteks Komunikasi*. (PT remaja Rosdakarya), hal 110-111

Tak pelak lagi komunikasi melalui media massa dapat menembus kehidupan kita. Kita mendengarkan radio siaran ketika mengendarai mobil atau tinggal di rumah, membaca surat kabar pada pagi dan sore hari, menonton televisi pada malam hari, walaupun motif kita menerapkan diri pada isi media massa yang dapat meningkatkan kualitas profesinya, di samping membaca berita –berita atau artikel ringan. Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi, kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa.⁴⁵

Perkembangan yang semakin cepat dibidang teknologi komunikasi menyebabkan pengaruh yang besar terhadap kegiatan penyabar luassan informasi atau gagasan. Ini berarti pula berpengaruh besar terhadap kegiatan hubungan masyarakat. Media massa sangat membantu kegiatan hubungan masyarakat. Dengan menggunakan media massa ini penyebar luassan informasi bukan saja sangat luas tetapi juga cepat dan serentak.⁴⁶

Media, dengan publisitas, pemasangan iklan dan ulasan beritanya, juga memiliki kemampuan yang kuat untuk secara langsung mempengaruhi meningkatnya jumlah dana dalam suatu kampanye politik. Begitu penting dan besarnya peran berita atau ulasan-ulasan media dalam suatu pemilihan umum, maka baik staf maupun kandidat politik sebenarnya telah menjadi media itu sendiri.

⁴⁵Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, Siti Karlinah. *Komunikasi Massa* . (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hal 12-14

⁴⁶H.A.W.Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta:Bumi Aksara), hal 76

Media sosial dalam komunikasi politik pilkada Gowa tahun 2015 dilihat dari beberapa grup dalam facebook efektif atau tidak ?, disini bisa dikatakan efektif karena media sosial seperti facebook kita dapat bersosialisasi dengan masyarakat serta menjalin hubungan lebih dekat dengan rakyat melalui jejaring social serta cara mudah untuk mengenal calonnya admin pembuat grup memudahkan komunikasi-komunikasi untuk mengetahui lebih jauh calon yang dia akan pilih dan bisa dikatakan juga tidak efektif karena masih banyak orang menyalahgunakan media sebagai salah satu cara untuk saling menghujat atau membantai dan salah satu cara yang membuat grup masing-masing calon mempengaruhi masyarakat untuk mempropaganda, bagaimana masyarakat tercuci otaknya untuk ikut salah satu calon.

Calon bupati berusaha melakukan komunikasi terhadap masyarakat, upaya agar secara tidak langsung bupati bisa dipilih oleh masyarakat. Komunikasi calon bupati dengan masyarakat, dalam hal ini melakukan pendekatan perilaku (behavioralisme), artinya calon bupati secara tidak langsung mempengaruhi pilihan masyarakat agar dapat memilih calon bupatinya.

2. Keterpilihan Adnan Kio sebagai Bupati Gowa tahun 2015

Gerakan atau kegiatan politik dengan memanfaatkan sosial media juga kini banyak di gunakan oleh para politisi di Indonesia, seperti pada saat pilkada di Gowa, media sosial memang cukup efektif dalam Pemilukada Kabupaten Gowa tahun lalu membuktikan hal itu sehingga wajar parpol dan caleg memanfaatkannya. Hal itu akan sangat bergantung pada tingkat perkembangan teknologi dan informasi disuatu daerah. Hal yang perlu diantisipasi sebetulnya adalah terkait akses negatif dari

penggunaan media sosial, Oleh karena itu, penyimpangan tersebut harus mendapat perhatian serius dari KPU dan pemerintah, khususnya dari divisi "cyber crime" Mabes Polri guna mengungkap pelaku kampanye hitam yang selama ini sering dilakukan setiap kali pemilu dilaksanakan.

Kabupaten Gowa juga dikenal sebagai pengguna sosial media terbesar menjelang pilkada, oleh karena itu banyak orang yang menyalahgunakan media tersebut sebagai ajang perdebatan antar calon legislatif. Tentunya media massa juga memiliki sisi positif dan negatif, contoh paling dekat yang bisa kita gunakan untuk sisi positifnya adalah pemberitaan secara terbuka, dan untuk yang negatifnya media masa bisa digunakan untuk pencitraan yang sedang marak akhir-akhir ini.

Berdasarkan hasil wawancara oleh Ibu Lisdawati, S.Pd, selaku tim pemenang mengatakan bahwa :

*"Efektifitas komunikasi politik dilihat dari bagaimana media berperan dalam pilkada Gowa, dilihat dari grup pilkada dalam facebook bisa dikatakan sangat efektif dan tidak efektif karena dengan adanya media tersebut masyarakat yang mempunyai sosial media bisa mendapatkan info tentang bagaimana pilkada Gowa tersebut dan mungkin juga masyarakat yang tidak mempunyai media sosial tidak dapat mengetahui perkembangan pilkada Gowa tersebut."*⁴⁷

Dari beberapa grup di facebook, faktor menangnya Adnan Kio dilihat dari media sosial contohnya admin yang terbanyak yaitu dari tim sukses Adnan Kio, karena rata-rata dari beberapa grup tim sukses dari kandidat tersebut yang terbanyak, adapun faktor-faktor lain yang membuktikan bahwa menangnya Adnan, tidak hanya

⁴⁷Lisdayanti, S.Pd. , tim sukses dalam Pilkada Kabupaten Gowa tahun 2015, Wawancara, Gowa, 22 Mei 2016

dilihat dari media sosial tapi juga dilihat dari popularitasnya rata-rata memang banyak yang nyata bahwa jumlah pendukungnya terbilang diatas dari kandidat yang lain. Selain daripada itu Adnan Kio juga memiliki kekayaan yang lebih dibandingkan kandidat lain, faktor terbesarnya juga datang dari keluarga seperti diketahui bahwa Adnan Kio kemanakn dari Gubernur Syahrul Yasin Limpo, seorang Politikus Indonesia dan mantan bupati sebelum menjabat Gubernur Sulawesi Selatan, beliau pernah menjabat bupati di Kabupaten Gowa selama dua periode dan wakil Gubernur satu periode, itulah beberapa alasan mengapa Adnan Kio pada akhirnya terpilih sebagai Bupati Gowa pada periode 2015-2020.

Salah satunya disebabkan oleh evektivitas media facebook, menangnya Adnan Kio dilihat dari besarnya pengaruh politik dinasti yang ada di Kabupaten Gowa, dimana Adnan dikenal sebagai anak dari Ikhsan Yasin Limpo sehingga masyarakat lebih banyak mendukung karena melihat dari konsep pemerintah akan turun ke Adnan Kio.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Terdapat beberapa kesimpulan dari hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Pemanfaatan media sosial berperan besar dalam Pemilihan Bupati Gowa, Masing-masing tim sukses calon presiden beradu strategi kampanye melalui internet, terutama media sosial. Namun pemanfaatan media sosial untuk kampanye politik ternyata belum merata, nampaknya belum bisa mengoptimalkan manfaat internet dan media sosial. Padahal media sosial ini selain sebagai sarana bersosialisasi atau pemasaran secara *online*, bisa dimanfaatkan pula sebagai alat kampanye politik yang terbilang praktis.
2. Pola komunikasi yang terjadi dalam media media facebook adalah komunikasi dua arah/interaktif dan secara realtime. Dalam kampanye politik, kandidat bisa saling berhubungan langsung dengan khalayak melalui tulisan di wall atau forum diskusi lainnya yang bisa di koment oleh tiap orang. faktor menangnya Adnan Kio dilihat dari media sosial contohnya admin yang terbanyak yaitu dari tim sukses Adnan Kio, karena rata-rata dari beberapa grup tim sukses dari kandidat tersebut yang terbanyak, adapun faktor-faktor lain yang membuktikan bahwa menangnya Adnan, tidak hanya dilihat dari media sosial tapi juga dilihat dari popularitasnya rata-rata memang banyak yang nyata bahwa jumlah pendukungnya terbilang diatas dari kandidat yang

lain. Komunikasi calon bupati dengan masyarakat, dalam hal ini melakukan pendekatan perilaku (behavioralisme), artinya calon bupati secara tidak langsung mempengaruhi pilihan masyarakat agar dapat memilih calon bupatinya.



B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Kita melihat seksama dalam pemilu di Kabupaten Gowa bagaimana lebih efektif kedepan untuk saling menjaga dan mengawal demokrasi yang sehat dalam sosial media maupun di lapangan langsung.

Menyaring setiap berita yang masuk, media harus bisa mempertimbangkan mana berita yang layak diberitakan dan berita yang perlu dilakukan revisi terlebih dahulu, karena berita dengan sumber yang tidak pasti dapat menuai perbedaan pendapat yang membuat ricuh, terlebih disaat era digitalisasi seperti ini sangat banyak berita yang masuk. Media harus membuat inovasi di era digital ini agar berita dapat diakses hingga masyarakat pelosok, karena berita merupakan hal seluruh masyarakat untuk mengetahuinya.

DAFTAR PUSTAKA

Al – Qur'an, Al-Karim

Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. *Komunikasi Massa* . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Budiardjo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Bodgan, Robert dan Steven J. Taylor. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Alih Bahasa: Arif Furchan. Cet. I; Surabaya: Usaha Nasional, 1992.

Didik Badruddin , “*Peran Media Massa dalam Pemilukada DKI Jakarta 2012 putaran pertama*”, *Skripsi* (Yogyakarta:Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014

Hafied, Cangara. *Komunikasi politik, konsep, teori dan strategi*. Rajawali 2009.

Harsono Suwardi, MA. *Realitas Politik Dalam Media Massa*.

Hardiman, Budi F. Ruang public Melacak “*partisipasi demokratis dari polis sampai cyberrspase*”. Jl. Cempaka 9 Deresan , Yogyakarta 55281, Indonesia 2010.

H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hasrullah, *Megawati dalam Tangkapan Pers*. Yogyakarta: Lkis.

Hendra Kurnia Pulungan, “*KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI SUMATERA UTARA (Studi Kasus Tentang Komunikasi Politik Pasangan H. Amril Harahap dan H. Irwandy, M.Pd Pada Pemilihan Walikota Tebing Tinggi Tahun 2010)*”, *Skripsi* (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi)

Indah Nur Laeli, *Politik dan Internet Fungsi Internet Dalam Kampanye Pemilihan Anggota DPRD Kota Surabaya*, *skripsi*, (Surabaya: Unair)

Subiakto Hendry – Rachma Ida, *Komunikasi Politik , Media , dan Demokrasi*. Jl. Tandra Raya No. 23 Rawamangun . Jakarta 13220.

Nur Salam A.S, “*Peranan Media Massa Sebagai Sarana Komunikasi Politik di Daerah Tingkat II Gowa*”, *Skripsi*, 1999. Di akses 12-03-2016

- Mubarak, Mendukung pasangan Jokowi-Ahok dalam Plkada DKI Jakarta dalam Komunikasi politik dalam media baru, *skripsi*, (Jakarta: Universitas Gajah Mada 2014)
- Mufid Muhammad, *Etika dan Filsafat Komunikasi*. (Jl.Tambora No.23 Rawamangun) . Jakarta 13220.
- M.Rihadini, Mengukur efektivitas dalam media, *skripsi* ((Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2012)
- Oetama, Jakob. *Sejarah social media*.Jakarta Yayasan Obor Indonesia 2006.
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Leonard Y .Andaya. *Warisan Arung Palakka*, (Makassar: Innawa, 2004).
- Rivers, wiliam L. Theodore Peterson, Joy W. Jensen.*Media Massa dan Masyarakat Modern*.Jakarta: Kencana 2003.
- Stanley J. Baran, Pengantar Komunikasi Massa. Erlangga:Jakarta.
- Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: PT remaja Rosdakarya.
- Tika Zainuddin, *Profil sejarah budaya dan pariwisata Gowa*. (Makassar: Pustaka Refleksi,2000)
- Rudi Susilana, Cepi Riana. *MediaPembelajaran, hakikat, pengembangan, pemanfaatan dan pengembangan*. (Bandung: CV wacana prima)
- Zelfiah, “*Dampak Propaganda Media Massa Amerika Serikat Terhadap Opini Publik di Indonesia*”, Skripsi, 2002
- studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/.../812 skripsi wisnu prasetya utomo diakses tgl 7 februari 2016